

I J C T R

International Journal of Contemporary Tourism Research

AIRBNB ARACILIĞIYLA KONAKLAMA YAPAN MİSAFİRLERİN MEMNUNİYET
DÜZEYLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK
NETNOGRAFİK BİR ARAŞTIRMA

Derya DEMİRDELEN ALRAWADIEH, Mithat Zeki DİNÇER, Füsun İSTANBULLU DİNÇER

MUTFAK ÇALIŞANLARININ KARIYER PLANLAMASI: Y KUŞAĞI ÇALIŞANLARI
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Burçin Cevdet ÇETİNSÖZ, Eda HAZARHUN, Okan GÜNDOĞDU

TARIM TURİZMİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR KIRSAL KALKINMA AÇISINDAN ÖNEMİ:
BODRUM MANDALINA BAHÇELERİ ÖRNEĞİ

Muharrem TUNA, Dr. Şaban KARGİGLİOĞLU, Demet AĞAOĞLU

ISPARTA İLİ YENİŞARBADEMLİ İLÇESİNİN EKOTURİZM POTANSİYELİNİN SWOT
ANALİZİ ARACILIĞIYLA BELİRLENMESİ

Zehra Nuray NİŞANCI, Ayşe TATKAN

THE FUTURE OF TOURIST GUIDANCE CONCERNING THE DIGITAL TECHNOLOGY: A
COMPARATIVE STUDY

Murat NAZLI

İSTANBUL’U ZİYARET EDEN YABANCI TURİSTLERİN AIRBNB UYGULAMASINI
TERCİH ETME NEDENLERİ

Seher KONAK

ÖREN YERLERİNİN GÜVENLİK DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİNE YÖNELİK NİTEL BİR
ARAŞTIRMA: AYDIN İLİ ÖRNEĞİ

Cihat BİLGİN, Vedat ACAR, Abdullah TANRISEVDİ

2020

ISSN (Electronic): 2587-1528

***INTERNATIONAL JOURNAL OF
CONTEMPORARY TOURISM
RESEARCH***

Volume: 4 Issue: 1 Year: 2020

<http://dergipark.gov.tr/ijctr>

Editors

*Prof. Dr. Mehmet Emre GÜLER, Editor-in-chief,
Izmir Kâtip Celebi University,
Faculty of Tourism, Turkey*

*Prof. Dr. Atilla AKBABA, Managing Editor,
Izmir Kâtip Celebi University,
Faculty of Tourism, Turkey*

Section Editors

*Assist. Prof. Dr. Perihan KENDİRCİ,
Izmir Kâtip Celebi University,
Faculty of Tourism, Turkey*

*Assist. Prof. Dr. Simge KÖMÜRCÜ,
Izmir Kâtip Celebi University,
Faculty of Tourism, Turkey*

Copyeditor

*Res. Asst. Özgür SARIBAŞ,
Izmir Kâtip Celebi University,
Faculty of Tourism, Turkey*

Contact Adress

Prof.Dr. Mehmet Emre GÜLER, Editor-in-chief,

International Journal of Contemporary Tourism Research

*Izmir Kâtip Celebi University,
İzmir Kâtip Celebi University, Faculty Of Tourism
Çiğli Main Campus, 35620 Balatçık-Ciğli, İzmir/TURKEY*

*E-mail: ijctr.journal@gmail.com
<http://dergipark.gov.tr/ijctr>
ISSN: 2587 - 1528*

International Journal of Contemporary Tourism Research is a biannually refereed journal publishing scientific/original research articles. Liability of the articles about academic and language issues belongs to the author(s) of the articles. The articles published in this journal can not be used without giving reference.

IJCTR indexed by

DOAJ

Index Copernicus

CiteFactor

DRJI

ResearchBib

Eurasian Scientific Journal Index

Google Scholar

JournalSeek

CrossRef

Bielefeld Academic Search Engine (BASE)

OpenAIRE

ROAD

Türkiye Turizm Dizini

International Advisory Board (*Alphabetic Order*)

Anya Diekmann, ULB, Belgium

Ebru Günlü Küçükaltan, Dokuz Eylül University, Turkey

Emrah Özkul, Kocaeli University, Turkey

Ercan Sırakaya-Türk, University of South Carolina, USA

Evrin Mayatürk Akyol, İzmir Katip Çelebi University, Turkey

Levent Altınay, Oxford Brooks University, UK

Lynn Minneart, New York University, USA

Martin Barthel, University of Eastern Finland, Finland

Olca Sürgevil Dalkılıç, Dokuz Eylül University, Turkey

Perran Akan, Doğu University, Turkey

Rhodri Thomas, Leeds Beckett University, UK

Scott McCabe, University of Nottingham UK,

Simge Kömürcü, İzmir Katip Çelebi University, Turkey

Ute Pflücke, Hochschule Zittau/Görlitz, Germany

Volkan Altıntaş, İzmir Katip Çelebi University, Turkey

Werner Gronau, Fachhochschule Stralsund, Germany

Zafer Öter, İzmir Katip Çelebi University, Turkey

INTERNATIONAL JOURNAL OF CONTEMPORARY TOURISM RESEARCH

ISSN: 2587 - 1528

Volume: 4 Issue: 1 Year: 2020

Özgün Bilimsel Makaleler / Original Scientific Articles

- AIRBNB ARACILIĞIYLA KONA KLAMA YAPAN MİSAFİRLERİN MEMNUNİYET DÜZEYLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK NETNOGRA FİK BİR ARAŞTIRMA* 1-14
Derya DEMİRDELEN ALRAWADIEH, Mithat Zeki DİNÇER, Füsun İSTANBULLU DİNÇER
- MUTFAK ÇALIŞANLARININ KARIYER PLANLAMASI: Y KUŞAĞI ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA* 15-30
Burçin Cevdet ÇETİNSÖZ, Eda HAZARHUN, Okan GÜNDOĞDU
- TARIM TURİZMİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR KIRSAL KALKINMA AÇISINDAN ÖNEMİ: BODRUM MANDALİNA BAHÇELERİ ÖRNEĞİ* 31-47
Muharrem TUNA, Şaban KARGİGLİOĞLU, Demet AĞAOĞLU
- ISPARTA İLİ YENİŞARBADEMLİ İLÇESİNİN EKOTURİZM POTANSİYELİNİN SWOT ANALİZİ ARACILIĞIYLA BELİRLENMESİ* 48-65
Zehra Nuray NİŞANCI, Ayşe TATKAN
- THE FUTURE OF TOURIST GUIDANCE CONCERNING THE DIGITAL TECHNOLOGY: A COMPARATIVE STUDY* 66-78
Murat NAZLI
- İSTANBUL'U ZİYARET EDEN YABANCI TURİSTLERİN AIRBNB UYGULAMASINI TERCİH ETME NEDENLERİ* 79-90
Seher KONAK
- ÖREN YERLERİNİN GÜVENLİK DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİNE YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA: AYDIN İLİ ÖRNEĞİ* 91-110
Cihat BİLGİN, Vedat ACAR, Abdullah TANRISEVDİ



AIRBNB ARACILIĞIYLA KONAKLAMA YAPAN MISAFIRLERİN MEMNUNİYET DÜZEYLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK NETNOGRAFIK BİR ARAŞTIRMA

Araştırma Makalesi

Derya DEMİRDELEN ALRAWADIEH*, Mithat Zeki DİNÇER**, Füsun İSTANBULLU DİNÇER***

ÖZET

Alternatif konaklama olanakları son dönemlerde artmaya başlamıştır. Özellikle Airbnb gibi paylaşım ekonomisi kapsamında faaliyet gösteren girişimlere artan talep, konaklama sektöründeki rekabeti ciddi anlamda yoğunlaştırmıştır. Geleneksel konaklama işletmelerinde misafir memnuniyetini sağlayan faktörleri belirleyen birçok araştırma yapılmış olmasına karşın, Airbnb ile konaklama yapan misafirlerin memnuniyetlerini belirleyen faktörler üzerine henüz yeterince araştırma yapılmamıştır. Çalışmanın ana amacı Airbnb ile konaklamayı tercih eden misafirlerin memnuniyet faktörlerini belirlemektir. Bu amaçla, İstanbul’da kayıtlı Airbnb evleriyle ilgili olumlu yorumlar ‘*Inside Airbnb*’ veri tabanından alınarak netnografi ile içerik analizine tabi tutulmuştur. İlgili veri tabanında toplam 171158 yorumdan 350 olumlu yorum en güncel olandan başlamak üzere seçilerek analize tabi tutulmuştur. Geleneksel içerik çözümlemesi yöntemiyle elde edilen boyut ve temalar Nvivo12 ile kelime bulutu oluşturularak desteklenmiştir. Sonuçlara göre, Airbnb ile konaklayan misafirler, memnuniyetlerini ifade ederken en çok ‘evin konumu’, ‘ev sahibinin tutumu’ ve ‘tesis veya odanın olanakları’ üzerinde yorumlar yapmışlardır. Çalışma, Airbnb aracılığıyla konaklama yapan misafirlerin memnuniyet düzeylerini etkileyen faktörleri belirleyerek alan yazına teorik katkıda bulunmakta ve Airbnb ev sahiplerine yönelik öneriler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Airbnb, Misafir Memnuniyet Faktörleri, Netnografi, İstanbul

JEL Sınıflama Kodları: L83, Z31

EXPLORING FACTORS DETERMINING SATISFACTION OF GUESTS STAYING WITH AIRBNB: A NETNOGRAPHIC APPROACH

Research Article

ABSTRACT

With the growth and expansion of the alternative accommodation sector and especially the increasing demand for Airbnb offerings, the competition in the accommodation sector has significantly increased. Although several

* Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, deryademirdelen@gmail.com, orcid.org/ 0000-0002-7554-2256

** Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İktisat Bölümü, mzdincer@istanbul.edu.tr, orcid.org/ 0000-0002-4928-8303

*** Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, istanbul@istanbul.edu.tr, orcid.org/ 0000-0003-2338-2462

“Bu makale, 19-20 Nisan 2019 tarihleri arasında, Anamur’da gerçekleştirilen VIII. Ulusal IV. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu’nda sözlü bildiri olarak sunulmuştur.”

“Demirdelen Alrawadieh D., Dinçer M. Z. ve İstanbullu Dinçer F. (2020). Airbnb Aracılığıyla Konaklama Yapan Misafirlerin Memnuniyet Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Netnografik Bir Araştırma, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, Vol 4: No: 1, p1-14, doi: 10.30625/ijctr.623218”

Makale Gönderim Tarihi: 22.09.2019

Kabul Tarihi: 29.04.2020

attempts have been made to identify the factors that determine guest satisfaction in the traditional lodging businesses, little is known about the key factors that Airbnb guests appreciate during their stays. Therefore, the key objective of the study is to identify the main factors determining guest satisfaction in Airbnb accommodation businesses. Applying a netnography approach, online reviews posted about Airbnb properties operating in Istanbul were retrieved from 'Inside Airbnb' database and content analyzed. The most recent 350 reviews were selected from the total online reviews available (171158). The findings, supported by an Nvivo Word Cloud, suggest that the location of the house/facility, the host's attitude, and the house/room's facilities were frequently mentioned and praised by guests. The study adds to the limited literature on satisfaction with Airbnb and provides real-life implications for Airbnb hosts.

Keywords: Airbnb, Guest Satisfaction Factors, Netnography, Istanbul

JEL Classification Code: L83, Z31

GİRİŞ

Paylaşım ekonomisi şemsiyesi altında faaliyet gösteren Airbnb gibi alternatif konaklama girişimleri, önemli bir pazar dilimini cezbetmeyi başararak geleneksel konaklama işletmeleri için bir tehdit unsuruna dönüşmüştür (Zervas vd., 2017; Guttentag ve Smith, 2017; Alrawadieh, Guttentag, Cifci ve Cetin, 2020). Airbnb pazarının gelişmesi geleneksel konaklama işletmeleri için bir tehdit unsuru oluştursa da (Fang, Ye, Law 2016), var olan talep ile birlikte Airbnb'de kayıtlı konaklama tesisleri de hızla büyümeye devam etmektedir (Alrawadieh ve Demirdelen, 2019; Gurran ve Phibbs, 2017). Böylece dünya üzerinde milyonlarca turist Airbnb gibi alternatif konaklama imkânlarından yararlanmaya başlamıştır (Guttentag, Smith, Potwarka ve Havitz, 2018).

Turizmde paylaşım ekonomisine örnek olarak gösterilebilecek Airbnb, başarılı bir konaklama paylaşım platformu olarak değerlendirilmektedir (Liu ve Mattila, 2017). Geleneksel konaklama işletmelerinde misafir memnuniyetini belirleyen birçok çalışma yapılmış olmasına karşın (Yang, Mao ve Tang, 2018; Liu, Teichert, Rossi, Li ve Hu, 2017), alternatif konaklama tesislerini tercih eden misafirlerin memnuniyetlerini etkileyen faktörlere yönelik mevcut alan yazın oldukça sınırlıdır (Cheng ve Jin, 2019). Bu bağlamda, gerek dünyada gerekse Türkiye'de hızla büyüyen konaklama platformlarından biri olan Airbnb misafirlerinin memnuniyet düzeylerini etkileyen faktörlerin neler olduğunu anlamak mevcut alan yazına katkıda bulunmak açısından önem taşımaktadır. Bu pazarın gelecek vaat etmesiyle birlikte (Alrawadieh vd., 2020), Airbnb aracılığıyla konaklama yapan misafirlerin davranışları, deneyimleri ve memnuniyetlerini etkileyen unsurların belirlenmesine yönelik çalışmalar da hız

kazanmaya başlamıştır (Lin, Fan, Zhang ve Lau, 2019).

Konaklama sektöründe artan rekabetle birlikte işletmeler için misafir memnuniyetinin sağlanması ciddi bir önem taşımaktadır. Konaklama deneyimi, misafir memnuniyetini şekillendiren en önemli unsurlardan biridir (Walls, Okumus, Wang ve Kwun, 2011). Bu deneyimin sonunda misafir memnuniyetinin sağlanması ile tatmin duygusu (Sangpikul, 2018; Kozak ve Rimmington, 2000; Kastenholz, Carneiro, Marques ve Loureiro, 2018); tekrar ziyaret etme niyeti (Cetin ve Dincer, 2014) ve olumlu ağızdan ağıza iletişim ile başkalarına tavsiye etme durumu artmaktadır (Kim, Ritchie ve Tung, 2010). Bu nedenle Airbnb ile konaklama yapan misafirlerin memnuniyet düzeyini etkileyen faktörleri belirlemek oldukça önemlidir. Airbnb gibi paylaşım ekonomisi içerisinde yer alan alternatif konaklama tesisleri, geleneksel konaklama tesislerine nazaran daha mikro düzeydedir. Dolayısıyla kullanıcılar tarafından oluşturulan yorumlar, mikro düzeyde faaliyet gösteren tesisler için bilgi edinilmesi konusunda önemli bir unsurdur.

Airbnb gibi alternatif konaklama tesislerinde konaklamak, misafirler için eşsiz deneyimler sunmakta ve olanaklar, misafir memnuniyetini etkilemektedir. Misafir memnuniyeti hizmet pazarlamasının önemli bir parçası olduğundan (Xu vd., 2019), Airbnb platformuna kayıtlı evlerde konaklayan misafirlerin memnuniyetleri belirlenmeli ve misafir memnuniyetini etkileyen faktörlerden hareketle gerek hizmet standartları, gerek ev ile ilgili özellikler, gerekse de ev sahibinin tutumu değerlendirilmelidir. Bu araştırmanın konusu da Airbnb gibi alternatif konaklama platformlarında konaklayan misafirlerin memnuniyetini etkileyen faktörleri incelemektir. Bu amaçla araştırmada Airbnb

konaklama deneyimi yaşayan misafirlerin olumlu yorumları içerik analiziyle değerlendirilerek memnuniyeti etkileyen faktörler belirlenmiştir.

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE ELEKTRONİK AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİM VE MEMNUNİYET

Tüketiciler, ürün veya hizmetle ilgili satın alma kararı almadan önce ortaya çıkabilecek riskleri azaltmak amacıyla farklı kaynaklardan bilgi alma eğilimindedir (Cantallops ve Salvi, 2014; Hussain, Ahmed, Jafar, Rabnawaz ve Jianzhou, 2017). İnsanların bilgi arayışları, ağızdan ağıza iletişimin etkisini internet üzerinden hızla genişletmiştir (Leong, Hew, Ooi ve Lin, 2019). Ürün, marka veya işletme hakkında internet üzerinden yapılan görüş ve deneyimler hızla geniş bir kitleye ulaşmaktadır (Yen ve Tang, 2015b; Ye, Law, Gu ve Chen, 2011). Konaklama sektörü elektronik ağızdan ağıza iletişimden (Electronic Word of Mouth- eWOM) güçlü bir şekilde etkilenmekte (Ladhari ve Michaud, 2015) ve bu etki tüketici davranışlarını olumlu veya olumsuz yönde şekillendirmektedir (Cantallops ve Salvi, 2014). Hizmetler soyuttur; dolayısıyla konaklama sektöründe tüketiciler satın alma kararındaki karmaşıklığı azaltmak amacıyla diğer insanların görüşlerinden ve deneyimlerinden yararlanabilmektedir (Yen ve Tang, 2019a; Min, Lim ve Magnini, 2015; Ye, Li, Wang ve Law, 2014).

Elektronik ortamda ağızdan ağıza iletişimin en önemli bilgi kaynağı kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriklerdir (User Generated Content-UGC). Kullanıcılar tarafından oluşturulan içerikler hem potansiyel müşteriler için hem de işletme sahipleri için ürün veya hizmet hakkında önemli bir bilgi kaynağı sunmaktadır (Ye, Li, Wang ve Law, 2014). Potansiyel müşterilere yol gösteren bir araç olması (Liu ve Zhang, 2014; Kim, Lim ve Brymer, 2015); tavsiye niteliği taşıması (Radojevic, Stanisic ve Stanic, 2015), müşteri talepleri ve güvenlerini etkilemesi (Zhao, Xu ve Wang, 2019), seçim kararı almalarında ve riski azaltmalarında bir etken olarak görülmesi (Lo ve Yao, 2019) gibi pek çok konu, yapılan yorumların müşteriler açısından önemini ortaya koymaktadır. İşletme açısından değerlendirildiğinde ise, kullanıcılar tarafından oluşturulan içerikler; müşteri gereksinimlerini tanımlamak, pazar stratejileri oluşturmak, işletme performanslarının

ortaya konulması, talebin artması ve tüketici memnuniyetini arttırmak açısından önemli stratejiler ortaya koymaktadır (Phillips, Zigan, Silva ve Schegg, 2015; Zhao, Xu ve Wang, 2019; Xu ve Li, 2016; Schuckert, Liang, Law ve Sun, 2019). Bu yorumlar, konaklama işletmesinin genel itibarını etkilediğinden (Radojevic, Stanisic ve Stanic, 2015), yapılan yorumlarla konaklama işletmelerinin finansal başarıları arasında bir etkinin var olduğu söylenmektedir (Alrawadieh ve Law, 2019; Xu ve Li 2016; Schuckert, Liang, Law ve Sun, 2019).

Çevrimiçi yorumlar gerek misafirler, gerekse işletmeler açısından önemlidir. Hatta çok fazla çalışma, misafirlerin memnuniyet faktörlerini ortaya koyarken kullanıcıların oluşturduğu içerikten yararlanmış (Zhao, Xu ve Wang, 2019; Alrawadieh ve Law, 2019). Konaklama deneyimi yaşayan misafirlerin çevrimiçi yorumlarda bulunması ve memnuniyetlerini dile getirmesi ile elde edilen bilgiler misafirlerin memnuniyet faktörlerini ortaya çıkarmaktadır (Ahani, Nilashi, Ibrahim, Sanzogni ve Weaven, 2019). Nasıl ki kullanıcıların yapmış oldukları olumsuz görüşler işletmeler açısından müşteri kaybetme, yeni müşteri kazanma fırsatını azaltma veya işletme itibarını zedeleme gibi tehditleri beraberinde getiriyorsa, görüşler olumlu olduğunda işletmeler yeni müşteriler çekmekte ve ürün veya hizmete karşı mevcut müşterilerin sadakatini oluşturmaktadır (Guo, Barnes ve Jia, 2017; Alrawadieh ve Law, 2019). Çevrimiçi yorumlar potansiyel müşterilerin de memnuniyetlerini etkileyen unsurlardan biri olarak görülmektedir. Her ne kadar hizmetlerden elde edilen memnuniyet subjektif değerlendirmelere açık olsa da misafirlerin konaklama deneyimleri, potansiyel misafirler için yol gösterici olma özelliği taşımaktadır. Misafir memnuniyetleri ise tekrar ziyaret etme, geri alım yapma, memnuniyet değerlendirmesi ile olumlu bir ağızdan ağıza iletişim olasılığını yükselterek (Cheng, Gan, Imrie ve Mansori, 2018) rekabet ortamında işletmelerin de hayatta kalmaları ve sürdürülebilirlikleri üzerinde rol oynar.

AIRBNB PLATFORMUNA KAYITLI EVLERDE KONAKLAYAN MISAFİRLERİN MEMNUNİYETİ

Paylaşım ekonomisi bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi, tüketici bilincinin hızla

artması gibi etkenlerle birlikte ekonomik ve teknolojik bir olgu olarak ortaya çıkmıştır (Hamari, Sjöklint ve Ukkonen, 2016). Pek çok pazarı etkisi altına alan paylaşım ekonomisi (Schor 2016), özellikle turizm ve seyahat hizmetlerinde etkisini hızla hissettirmektedir (Ert, Fleischer ve Magen, 2016). Konaklama paylaşımında en fazla kullanım oranına sahip platformlardan biri olan Airbnb (Heo, 2016), evlerin / odaların kısa süreli kiralanmalarını sağlayan çevrimiçi bir uygulama olarak tanımlanmaktadır (Martin, 2016).

Turizm sektörü üzerindeki etkisi değerlendirildiğinde Airbnb, gerek arz gerekse talep açısından dünyanın en popüler konaklama paylaşım platformu olarak değerlendirilmektedir (Zekan, Önder ve Gunter 2019). Airbnb verilerine göre, dünyada 2,9 milyon ev sahibi bulunmakta ve her gece için ortalama 800 bin kişi Airbnb konaklamasından yararlanmaktadır (Airbnb, 2019). Türkiye ise dünyada yer alan bu potansiyele paralel olarak hızla büyümeye devam etmektedir (Alrawadieh ve Demirdelen, 2019).

Airbnb platformunda marka imajı büyük ölçüde kullanıcı değerlendirmelerinden ve yapılan yorumlardan oluşmaktadır (Bridges ve Vásquez, 2018). Yapılan yorumlar ve konuk memnuniyeti Airbnb potansiyel tüketicilerinin satın alma süreçlerinde önemli rol oynamaktadır (Liu ve Mattila, 2017). Geleneksel konaklama işletmeleri için yapılan yorumlar nasıl ki otel seçimi ve tercihinde etkili oluyorsa (Hu, Chen ve Chou, 2017), alternatif konaklama işletmeleri içerisinde yer alan paylaşım platformlarından biri olan Airbnb’de de, yapılan yorumlar kullanıcıların tercihlerini etkilemektedir (Chen ve Chang, 2018). Müşteri incelemeleri hem ev sahipleri hem de potansiyel misafirler açısından gereklidir (Luo ve Tang, 2019). Bu noktada kullanıcıların oluşturdukları içerikler önem kazanmaktadır (Varma, Jukic, Pestek, Shultz ve Nestorov, 2016).

Son dönemlerde, özellikle Airbnb platformuna kayıtlı evlerde konaklama yapan misafirlerin motivasyonları, algıları ve tercihleri üzerine birçok çalışma yapılmış (Tussyadiah, 2015; So, Oh ve Min, 2018) ve memnuniyet düzeylerini etkileyen faktörlerin neler olduğu saptanmaya çalışılmıştır (Priporas, Stylos, Vedanthachari ve Santiwatana, 2017; Liang, Choi ve Joppe, 2018). Misafirlerin geleneksel konaklama işletmelerinde otel seçimleri nasıl ki temizlik, konum, hizmet kalitesi gibi

faktörlerden etkileniyorsa (Lutz ve Newlands, 2018); Airbnb platformu aracılığıyla konaklama yapan misafirlerin memnuniyetini etkileyen faktörler arasında da; konum, tesis içi olanaklar, ev sahibi gibi benzer özellikler bulunmaktadır (Cheng ve Jin, 2019).

YÖNTEM

Çevrimiçi seyahat platformları, araştırmacıların yenilikçi araştırma tekniklerini kullanarak zengin ve daha az maliyetli veriler elde etmelerini sağlamıştır (Xiang, Schwartz, Gerdes ve Uysal, 2015). Bu çalışmada, İstanbul’da kayıtlı Airbnb evleriyle ilgili olumlu yorumlar ‘*Inside Airbnb*’ veri tabanından alınarak içerik çözümlemesi tekniğiyle incelenmiştir. Çalışmanın ana amacı; Airbnb platformuna kayıtlı evler ile ilgili olarak yapılan çevrimiçi yorumların incelenmesiyle misafir memnuniyetini etkileyen faktörleri belirlemektir. Bu amaca ulaşırken netnografi yöntemi uygun görülmüştür. Yenilikçi bir araştırma yöntemi olarak nitelendirilen netnografi yönteminde, çevrimiçi topluluklarda etnografi uygulanmaktadır (Kozinets, 2002). Dolayısıyla netnografi, çevrimiçi etnografi olarak değerlendirilmektedir (Kozinets, 2007). Son dönemlerde, bu yöntemin turizm araştırmalarında da sıkça kullanıldığı görülmektedir (Beaven ve Laws, 2007; Gursoy, Cai ve Anaya, 2017; Alrawadieh ve Alrawadieh, 2020). Bu çalışmada, ‘*Inside Airbnb*’ veri tabanında 2009-2018 yıllarına ait toplam 171158 yorum bulunmuştur. Bu yorumlardan toplam 350 olumlu yorum en güncel olandan başlamak üzere seçilerek analize tabi tutulmuştur. Bu veri tabanından birçok benzer çalışmada da yararlanılmıştır (Cheng ve Jin 2019; Ert ve Fleischer, 2019).

Kodlama sürecinde daha önce yapılan çalışmalara ve analize tabi tutulan verilere dayanılarak karma bir yaklaşım benimsenmiştir (Fereday ve Muir-Cochrane, 2006). Bu bağlamda, geniş bir alan yazın taraması yapılarak önce geleneksel konaklama işletmeleri (Barreda ve Bilgihan, 2013; Khoo-Lattimore ve Ekiz, 2014; Berezina, Bilgihan, Cobanoglu ve Okumus, 2016; Dinçer ve Alrawadieh, 2017; Liu vd., 2017; Alrawadieh ve Law, 2019) daha sonra Airbnb platformuna kayıtlı tesisler (Cheng ve Jin, 2019; Ju, Back, Choi, ve Lee, 2019; Xu, La, Zhen, Lobsang ve Huang, 2019; Moon, Wei, ve Miao, 2019; Zhang, 2019) ile ilgili olarak misafir memnuniyetini etkileyen

faktörler belirlenmiştir. Bu aşamadan sonra, mevcut faktörleri göz önünde bulundurarak (tümdengelim) ve verilere karşı açık görüşlü kalarak (tümevarım) bir sınıflandırma geliştirilmiştir. Misafir memnuniyetini etkileyen faktörler belirlenirken sadece olumlu yorumlar ele alınmıştır. İngilizce olarak paylaşılan yorumlar iki araştırmacı tarafından bağımsız olarak kodlanarak çözümlenmiştir. Bu yöntem objektif ve güvenilir bir kodlama sağlamaktadır (Lune ve Berg, 2016). Bu sürecin sonucunda; 908 unsur (ifade) 22 adet tema altında toplanmıştır; bu temalar ise üç ana kategori altında gruplandırılmıştır.

Geleneksel içerik çözümlemesiyle ortaya konulan boyut ve temalar nitel analiz programı olan NVivo 12'nin yardımıyla kelime bulutu (Word Cloud)

oluşturularak desteklenmiştir. NVivo analiz programı halen sadece İngilizce metinleri algıladığı ve çalışmadaki veriler (350 yorum) İngilizce olduğu için programdan elde edilen bulut kelime sıklığı İngilizce olarak oluşturulmuştur. NVivo sıklık analizleri kullanılarak geleneksel içerik çözümlemesi desteklenmiştir ve kodlamanın güvenilirliği sağlanmıştır (Sotiriadou, Brouwers ve Le, 2014).

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmada İstanbul'da Airbnb platformuna kayıtlı evlerde konaklayan misafirlerin memnuniyetini etkileyen faktörler ile elde edilen bulgular 'konum' (%36,7), 'ev sahibi' (%32,3) ve 'tesis/oda olanakları' (%31) olmak üzere 3 ana kategoride sınıflandırılmıştır (Tablo 1).

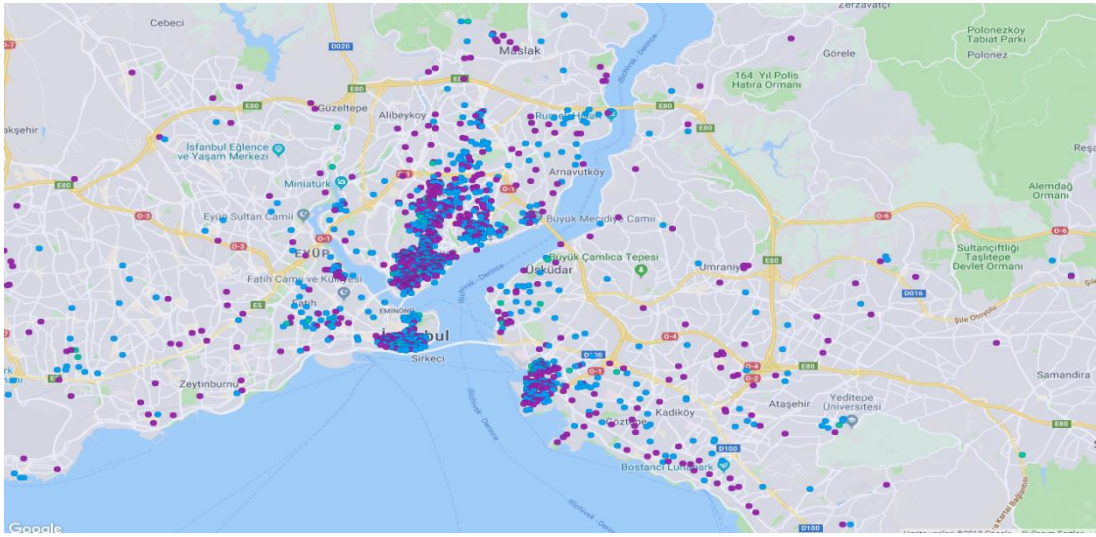
Tablo 1: Airbnb Misafirlerinin Memnuniyetini Etkileyen Faktörler

Kategoriler	Sıklık	%
Konum	333	36,7
Konum ile ilgili genel tutum (açıklama yapılmadan ifade edilen konum memnuniyeti)	77	8,5
Turistik yerlere yakın olması	60	6,6
Ulaşım olanaklarına yakın olması	56	6,2
Ev veya odanın manzaraya sahip olması	49	5,4
Kafe, restoran, bar, market, alışveriş merkezi gibi tesislere yakın olması	39	4,3
Şehir merkezine yakın olması	25	2,8
Bölgenin sakin/sessiz olması	15	1,7
Bölgenin güvenli olması	12	1,3
Ev sahibi	293	32,3
Ev sahibinin tutumu (misafirperver, iyiliksever, yardımsever olması)	197	21,7
Bölge ve şehir hakkında bilgi sağlama /yönlendirme	34	3,7
Ücretsiz hizmetler sunması	26	2,9
İletişimde kabiliyetli olması	22	2,4
Dürüst olması	10	1,1
Yabancı dil bilmesi	4	0,4
Tesis ve oda imkânları	282	31,0
Tesis / oda genel özellikleri	118	13,0
Temizlik	77	8,5
Mobilyaların yeterliliği / kullanışlı olması	28	3,1
Mutfak malzemelerinin yeterliliği / kullanışlı olması	22	2,4
Odanın / evin dekorasyonu	12	1,3
Odanın sessiz olması	11	1,2
Oda içi olanaklar	8	0,9
İnternet hizmeti	6	0,7
Toplam	908	100%

Konum

Geleneksel konaklama işletmelerinde bir otelin konumu, genel otel deneyiminin (memnuniyet/memnuniyetsizlik) vazgeçilmez bir bileşeni olarak kabul edilmektedir (Masiero, Yang ve Qiu, 2019). Konumun uygunluğu konaklama talebini arttıracak gibi misafir memnuniyetini de etkileyen temel özelliklerden biridir (Cró ve Martins, 2018). Geleneksel konaklama işletmelerinin yanı sıra Airbnb platformuna kayıtlı evlerde konum sıkça vurgulanan unsurlardan biri olarak görülmektedir. Bu bağlamda, evlerin büyük oranda şehir merkezlerine veya turistik destinasyonlara yakın alanlarda yer aldıkları görülmektedir (Eugenio-Martin, Cazorla-Artiles ve González-Martel, 2019).

Çalışmadan elde edilen bulgulara göre; konum ile ilgili yorumlar misafirlerin en çok ifade ettiği memnuniyet faktörleri arasında yer almaktadır. Konaklama deneyimi içerisinde bir evin / tesisin konum olarak turistik yerlere yakın olması, manzarasının olması, merkezi olması, çevresinde alışveriş olanaklarının bulunması gibi tüm özellikler misafirleri cezbeden ve memnuniyetlerini etkileyen faktörler olarak değerlendirilebilir. Şekil 1'e göre Airbnb platformuna kayıtlı evlerin sıklıkla Taksim, Sultanahmet, Kadıköy gibi turistik destinasyonlarda ve merkezi konumlarda bulunması da çalışmadan elde edilen bulguları destekler niteliktedir.



Şekil 1: İstanbul'da kayıtlı Airbnb evlerinin coğrafi dağılımları

Kaynak: AirDNA (2019)

'Konum' kategorisi içerisinde en çok vurgulanan konular arasında 'konum ile ilgili genel tutum' bulunmaktadır (%8,5). Yorumlar değerlendirildiğinde, misafirler konum hakkında detaylı bilgi paylaşmadan sadece genel bir yorumda bulunduğu, ilgili yorum bu tema içerisinde değerlendirilmiştir. Bu temaya örnek olarak 'Konum güzel...' (K6); 'Daire güzel bir konumda' (K35) gösterilebilir. Konum ile ilgili olarak en sık vurgulanan diğer konular; turistik yerlere yakın olması (örn. '...Galata Kulesi sadece birkaç dakikalık yürüme mesafesindedir...', K73); ulaşım olanaklarına yakın olması (örn. '...Metro yaklaşık 10 dakika uzaklıktadır', K30); ev veya

odanın manzaraya sahip olması (örn. '...Pencereden Boğaz manzarasına bakarak, tüm şehrin aydınlatmasını izlersiniz...', K4) olarak ifade edilebilir.

Ev Sahibi

Elde edilen bulgulara göre misafirlerin ikinci sırada en çok vurguladığı konu ev sahibi ile ilgili konulardır. Konaklama deneyimi içerisinde ev sahibinin yardımsever ve misafirperver davranışları; destinasyon hakkında misafirleri bilgilendirmesi; kahvaltı, çay, Türk kahvesi gibi ikramlarda bulunması; iletişiminin iyi olması; dürüst olması (vaat ettiği hizmeti vermesi); yabancı

dili iyi kullanması gibi tüm özellikler misafirleri cezbeden ve ev sahibi ile ilgili konularda memnuniyeti etkileyen faktörler olarak değerlendirilebilir.

Konaklama tesislerinde sunulan hizmet, müşteri memnuniyetini etkileyen unsurlar arasında değerlendirilebilir (Priporas, Stylos, Vedanthachari ve Santiwatana, 2017). Çalışmadan elde edilen bulguların yanı sıra Tussyadiah (2016), Airbnb platformunda kayıtlı tesislerde ev sahibinin konuklara sıcakkanlı ve misafirperver bir ortam sağlaması ve destinasyonda yapılan etkinlikler hakkında misafirlere önerilerde bulunmasının da önemli olduğunu vurgulamıştır. Hatta konuk ve ev sahibi etkileşimi, işbirlikçi tüketimin önemli bir parçası olarak belirtilmiştir (Lalicic ve Weismayer, 2017). Bu durum geleneksel konaklama işletmelerindeki misafir memnuniyetini etkileyen faktörlerle de örtüşmektedir. Misafirlerin konaklama memnuniyeti turistik ürün veya hizmetlerle yakından ilişkilidir (Neal ve Gursoy, 2008). Müşteri memnuniyeti ise tüketici - çalışan (Airbnb'de ev sahibi) arasındaki ilişkiden etkilenir. Hatta bu ilişki, Airbnb aracılığıyla yapılan konaklamalarda misafir memnuniyetini etkileyen önemli bir faktördür (Lin, Fan, Zhang ve Lau, 2019). Belarmino vd. (2019) yapmış oldukları çalışmada misafir memnuniyetini etkileyen faktörler arasında ev sahibinin Airbnb aracılığıyla konaklama gerçekleştiren misafirler tarafından en çok ifade edilen tema olduğunu vurgulamışlardır.

Çalışmadan elde edilen bulgular, ev sahibi ile ilgili olarak en çok vurgulanan temanın ev sahibinin genel tutumu olduğunu göstermiştir (%21,7). Misafirler yaptıkları yorumlarda ev sahibi hakkında detaylı bilgi paylaşmadan, sadece genel bir yorumda bulunduğu (misafirperver, iyiliksever, yardımsever gibi ifadeler) bu tema içerisinde değerlendirilmiştir. Bu temaya örnek; '*Ev sahibi çok iyi biri...*' (K110) olarak gösterilebilir. Ev sahibi teması içerisinde vurgulanan diğer konular; bölge ve şehir hakkında bilgi sağlama / yönlendirme (örn. '*...Ev sahibi akıcı İngilizcesiyle şehir ve bölge hakkında bize bilgi verdi*', K21) ve ücretsiz hizmetler sunması (örn. '*...Ev sahibi bizi Türk çayı ve kekle karşıladı...*', 271) gösterilebilir.

Tesis ve Oda İmkanları

Elde edilen bulgulara göre; tesis ve oda olanakları ile ilgili yorumlar misafirlerin üçüncü sırada en

çok vurguladığı konular arasında yer almaktadır. Konaklama deneyimi içerisinde odanın veya tesisin güzel olması, geniş olması, dekorasyonunun güzel olması, sessiz olması, oda içi olanakların varlığı gibi tüm özellikler misafirleri cezbeden ve memnuniyetlerini etkileyen faktörler olarak değerlendirilebilir.

Geleneksel konaklama işletmelerinde misafir memnuniyeti; odaların ve ortak kullanım alanlarının uygunluğu, misafir odasının dekorasyonu, ambiyans, oda içindeki olanaklar (*amenity*) gibi pek çok unsurdan etkilenmektedir (Sukhu, Choi, Bujisic ve Bilgihan, 2019). Aynı durum Airbnb platformunda yer alan konaklama tesislerinde de geçerlidir. Hatta misafirler, Airbnb aracılığıyla gerçekleştirdikleri konaklamalarda oda tipi, iç tasarım, mevcut mobilyalar gibi pek çok unsuru önemsemektedirler (Lyu, Li ve Law, 2019). Dolayısıyla tesis ve oda içi olanakların varlığı misafirlerin memnuniyet(sizlik)leri üzerinde etkili olabilmektedir.

Elde edilen bulgulara göre; tesis ve oda olanakları kategorisi içerisinde en çok vurgulanan konular arasında tesis / odanın genel özellikleri bulunmaktadır (%13). Misafirler tesis veya oda hakkında detaylı bilgi paylaşmadan sadece genel bir yorumda bulunduğu (güzel, kaliteli, ferah, geniş, kullanışlı gibi ifadeler) bu tema içerisinde değerlendirilmiştir. Bu temaya örnek; '*...Odalar geniş ve ferah*' (K22) olarak gösterilebilir. Tesis ve oda olanakları içerisinde en vurgulanan diğer konu ise temizliktir. Örnek olarak; '*...Odalar çok temiz...*' (K100) gösterilebilir.

Diğer Faktörler

Sayılan bu kategori ve temalar dışında birkaç misafir, otantiklik ve fiyat ile ilgili olumlu yorumlarda bulunmuşlardır. Airbnb aracılığıyla konaklama deneyimi içerisinde geleneksel konaklama deneyimine nazaran otantik deneyim yaşama isteği Airbnb platformunda yer alan tesislerin tercih edilebilirliği üzerinde etkilidir (Paulauskaite, Powell, Coca-Stefaniak ve Morrison, 2017; Mody, Hanks ve Dogru, 2019; Guttentag ve Smith, 2017; Alrawadieh ve Demirdelen, 2019). Örnek olarak; '*...İstanbul'u keşfetmek isteyen, yerel halkın yaptığı yerlerde alışveriş yapmak ve yerel halkla aynı yerlerde yemek yemek isteyen kişilere bu evi tavsiye ediyoruz...*' (K77); '*...Beni bu evde sıcak hissettiren Türk insanıyla etkileşime girebilme*

Airbnb aracılığıyla konaklama yapan misafirlerin de memnuniyet düzeylerini etkilemektedir.

De Carlos, Alén, Pérez-González ve Figueroa (2019)'a göre turizm sektörü gibi hizmet işletmelerinin yaygın olduğu sektörlerde, misafir memnuniyeti büyük ölçüde hizmeti sunan kişilerle doğrudan etkileşime bağlıdır. Benzer şekilde, Airbnb ile ilgili yapılan birçok çalışmada da platforma kayıtlı tesislerin ev sahipleri ile misafirleri arasındaki ilişkinin önemi vurgulanmıştır (Wang ve Jeong, 2018; Alrawadieh ve Alrawadieh, 2018). Bu çalışmada da ev sahibi ile ilgili olumlu ifadeler misafir memnuniyetini ikincil olarak etkileyen konular arasında değerlendirilmiştir.

Çalışmada oda, temizlik, mobilyalar, dekorasyon, oda içi olanaklar gibi tesis ve oda olanaklarının olumlu yorumlar aldığı görülmüştür. Tesis ve oda olanakları ile ilgili olumlu ifadeler misafir memnuniyetini üçüncül olarak etkileyen konular arasındadır. Park, Yang ve Wang (2019)'a göre de turizm sektörü içerisinde misafir memnuniyetinin temizlik, tesis içi olanaklar, oda kalitesi, yemek olanakları gibi birçok faktörden etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma, geleneksel konaklama işletmeleriyle rekabet edebilir konuma gelen Airbnb platformuna kayıtlı konaklama tesislerinde konaklayan misafirlerin memnuniyet düzeylerini etkileyen faktörleri incelemektedir. Elde edilen bulgular doğrultusunda, Airbnb aracılığıyla konaklayan misafirlerin memnuniyetini etkileyen faktörler belirlenerek mevcut alan yazına teorik katkıda bulunmaya çalışılmıştır. Türkiye'de Airbnb platformuna kayıtlı konaklama tesisleri misafir konaklamaları açısından tercih edilebilir olmasına rağmen, Türkçe alan yazının bu tesislerde konaklayan misafirlerin memnuniyet düzeylerini etkileyen faktörlerin neler olduğunu belirleme konusunda oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Çalışmadan elde edilen öneriler gerek ev sahipleri, gerekse geleneksel konaklama işletmeleri açısından önem taşımaktadır. Airbnb platformunda kayıtlı konaklama tesislerinde misafirlerin memnuniyetini etkileyen faktörlere göre arz olanakları yaratmanın misafirlerin memnuniyet düzeylerini arttıracığı düşünülmektedir. İtibarına önem veren alternatif konaklama sahiplerinin konumun uygunluğu, misafir ilişkileri ve oda-ev olanaklarına daha fazla önem vermeleri

gerekmektedir. Çünkü Airbnb platformuna kayıtlı evlerde konaklayan misafirlerin yapmış oldukları genel yorumlar hizmet geliştirici ifadeler olarak değerlendirilebilir. Aynı zamanda Airbnb üzerinden ev veya oda sunmayı / paylaşmayı düşünen ev sahipleri için araştırmadan elde edilen bulgular önemli bir yol haritası sunmaktadır.

Bulgular, geleneksel konaklama işletmeleri açısından da önem taşımaktadır. Çünkü Airbnb, göz ardı edilemeyecek bir hızla büyüdüğünden; geleneksel konaklama işletmelerine zaman zaman rakip olma yolunda ilerlemektedir. Bu nedenle geleneksel konaklama işletmelerinin de gerçekçi bir bakış açısıyla rekabet ortamında hizmet kalitesini iyileştirmesi ve memnuniyet odaklı bir hizmet anlayışı geliştirmesi gerekmektedir.

İstanbul'da Airbnb platformunda kayıtlı tesislerde konaklayan misafirlerin olumlu yorumlarını değerlendiren bu çalışmanın bazı kısıtları bulunmaktadır. Araştırmanın kısıtları arasında; sadece İngilizce yorumlara yer verilmiş olması, yalnızca tamamen olumlu yorumların ele alınması ve incelenen yorumların sayıca kısıtlı olması yer almaktadır. Gelecekteki araştırmalar açısından bazı öneriler de sunulabilir. Airbnb platformuna kayıtlı evlerde konaklayan misafirlerle geleneksel otel işletmelerinde konaklayan misafirler arasındaki memnuniyet faktörlerinin kıyaslanması alan yazının geliştirilmesi açısından önemli görülmektedir. Bu sayede geleneksel konaklama işletmelerinin yanı sıra Airbnb konaklama evlerinde yapılan çalışmaların mevcut yazını da genişletilmiş olacaktır. Bu araştırmada Airbnb aracılığıyla konaklama yapan misafirlerin memnuniyetlerini etkileyen faktörler ortaya konulmuştur. Gelecekteki araştırmalarda Airbnb evlerinde konaklayan misafirlerin, hem memnuniyeti hem de şikayeti araştırılabilir.

KAYNAKÇA

Ahani, A., Nilashi, M., Ibrahim, O., Sanzogni, L., & Weaven, S. (2019). Market segmentation and travel choice prediction in Spa hotels through TripAdvisor's online reviews. *International Journal of Hospitality Management*, 80, 52-77.

Airbnb (2019), Airbnb Genel Bakış, 08 Mayıs 2019 tarihinde https://www.airbnb.com.tr/host/homes?from_nav=1 adresinden alınmıştır.

- Airdna, (2019). *Market Overview*. 10 Şubat 2019 tarihinde <https://www.airdna.co/vacation-rental-data/app/tr/default/istanbul/overview> adresinden alınmıştır.
- Alrawadieh Z.ve D. Demirdelen (2019), Turizm ve Ağırılama Endüstrisinde Paylaşım Ekonomisi, Detay Yayıncılık
- Alrawadieh, Z., & Alrawadieh, Z. (2018). Exploring entrepreneurship in the sharing accommodation sector: Empirical evidence from a developing country. *Tourism Management Perspectives*, 28, 179-188.
- Alrawadieh, Z., & Alrawadieh, Z. (2020). Developing a typology of tourist harassment in archeological sites: a netnographic approach. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 18(2), 96-112.
- Alrawadieh, Z., & Law, R. (2019). Determinants of hotel guests' satisfaction from the perspective of online hotel reviewers. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 13(1), 84-97.
- Alrawadieh, Z., Guttentag, D., Cifci, M. A., Cetin, G. (2020). Budget Hotels' Perceptions of and Responses to Airbnb: Evidence from Istanbul. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 32(2), 588-604.
- Beaven, Z., & Laws, C. (2007). 'Never Let Me Down Again': Loyal customer attitudes towards ticket distribution channels for live music events: A netnographic exploration of the US leg of the Depeche Mode 2005–2006 World Tour. *Managing Leisure*, 12(2-3), 120-142.
- Barreda, A., & Bilgihan, A. (2013). An analysis of user-generated content for hotel experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 4(3), 263-280.
- Belarmino, A., Whalen, E., Koh, Y., & Bowen, J. T. (2019). Comparing guests' key attributes of peer-to-peer accommodations and hotels: mixed-methods approach. *Current Issues in Tourism*, 22(1), 1-7.
- Berezina, K., Bilgihan, A., Cobanoglu, C., & Okumus, F. (2016). Understanding satisfied and dissatisfied hotel customers: text mining of online hotel reviews. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 25(1), 1-24.
- Bridges, J., & Vásquez, C. (2018). If nearly all Airbnb reviews are positive, does that make them meaningless?. *Current Issues in Tourism*, 21(18), 2057-2075.
- Cantalops, A. S., & Salvi, F. (2014). New consumer behavior: A review of research on eWOM and hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 41-51.
- Cetin, G., & Dincer, F. I. (2014). Influence of customer experience on loyalty and word-of-mouth in hospitality operations. *Anatolia*, 25(2), 181-194.
- Chen, C. C., & Chang, Y. C. (2018). What drives purchase intention on Airbnb? Perspectives of consumer reviews, information quality, and media richness. *Telematics and Informatics*, 35(5), 1512-1523.
- Cheng, B. L., Gan, C. C., Imrie, B. C., & Mansori, S. (2018). Service recovery, customer satisfaction and customer loyalty: evidence from Malaysia's hotel industry. *International Journal of Quality and Service Sciences*.
- Cheng, M., & Jin, X. (2019). What do Airbnb users care about? An analysis of online review comments. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 58-70.
- Cró, S., & Martins, A. M. (2018). Hotel and hostel location in Lisbon: looking for their determinants. *Tourism Geographies*, 20(3), 504-523.
- De Carlos, P., Alén, E., Pérez-González, A., & Figueroa, B. (2019). Cultural differences, language attitudes and tourist satisfaction: a study in the Barcelona hotel sector. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 40(2), 133-147.
- Dinçer, M. Z., & Alrawadieh, Z. (2017). Negative word of mouse in the hotel industry: A content analysis of online reviews on luxury hotels in Jordan. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26(8), 785-804.
- Ert, E., & Fleischer, A. (2019). The evolution of trust in Airbnb: A case of home rental. *Annals of Tourism Research*, 75, 279-287.
- Ert, E., Fleischer, A., & Magen, N. (2016). Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb. *Tourism Management*, 55, 62-73.
- Eugenio-Martin, J. L., Cazorla-Artiles, J. M., & González-Martel, C. (2019). On the determinants of Airbnb location and its spatial

- distribution. *Tourism Economics*, 1354816618825415.
- Fang, B., Ye, Q., & Law, R. (2016). Effect of sharing economy on tourism industry employment. *Annals of Tourism Research*, 57(3), 264-267.
- Fereday, J., & Muir-Cochrane, E. (2006). Demonstrating rigor using thematic analysis: A hybrid approach of inductive and deductive coding and theme development. *International journal of qualitative methods*, 5(1), 80-92.
- Guo, Y., Barnes, S. J., & Jia, Q. (2017). Mining meaning from online ratings and reviews: Tourist satisfaction analysis using latent dirichlet allocation. *Tourism Management*, 59, 467-483.
- Gurran, N., & Phibbs, P. (2017). When tourists move in: how should urban planners respond to Airbnb?. *Journal of the American planning association*, 83(1), 80-92.
- Gursoy, D., Cai, R., & Anaya, G. J. (2017). Developing a typology of disruptive customer behaviors: Influence of customer misbehavior on service experience of by-standing customers. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(9), 2341-2360
- Guttentag, D. (2015). Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current issues in Tourism*, 18(12), 1192-1217.
- Guttentag, D. A., & Smith, S. L. (2017). Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations. *International Journal of Hospitality Management*, 64, 1-10.
- Guttentag, D., Smith, S., Potwarka, L., & Havitz, M. (2018). Why tourists choose Airbnb: A motivation-based segmentation study. *Journal of Travel Research*, 57(3), 342-359.
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the association for information science and technology*, 67(9), 2047-2059.
- Heo, Y. (2016). Sharing economy and prospects in tourism research. *Annals of Tourism Research*, 58, 166-170.
- Hu, Y. H., Chen, Y. L., & Chou, H. L. (2017). Opinion mining from online hotel reviews—A text summarization approach. *Information Processing & Management*, 53(2), 436-449.
- Hussain, S., Ahmed, W., Jafar, R. M. S., Rabnawaz, A., & Jianzhou, Y. (2017). eWOM source credibility, perceived risk and food product customer's information adoption. *Computers in Human Behavior*, 66, 96-102.
- Ju, Y., Back, K. J., Choi, Y., & Lee, J. S. (2019). Exploring Airbnb service quality attributes and their asymmetric effects on customer satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 342-352.
- Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Marques, C. P., & Loureiro, S. M. C. (2018). The dimensions of rural tourism experience: impacts on arousal, memory, and satisfaction. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(2), 189-201.
- Khoo-Lattimore, C., & Ekiz, E. H. (2014). Power in praise: Exploring online compliments on luxury hotels in Malaysia. *Tourism and Hospitality Research*, 14(3), 152-159.
- Kim, J. H., Ritchie, J. R., & Tung, V. W. S. (2010). The effect of memorable experience on behavioral intentions in tourism: A structural equation modeling approach. *Tourism Analysis*, 15(6), 637-648.
- Kim, W. G., Lim, H., & Brymer, R. A. (2015). The effectiveness of managing social media on hotel performance. *International Journal of Hospitality Management*, 44, 165-171.
- Kozak, M., & Rimmington, M. (2000). Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination. *Journal of travel research*, 38(3), 260-269.
- Kozinets, R. V. (2002). The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. *Journal of marketing research*, 39(1), 61-72.
- Kozinets, R. V. (2007). Netnography 2.0. In R. W. Belk (Ed.), *Handbook of qualitative research methods in marketing*(pp. 129-42). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Ladhari, R., & Michaud, M. (2015). eWOM effects on hotel booking intentions, attitudes, trust, and website perceptions. *International Journal of Hospitality Management*, 46, 36-45.
- Lalicic, L., & Weismayer, C. (2017). The role of authenticity in Airbnb experiences. In *Information*

- and Communication Technologies in Tourism 2017 (pp. 781-794). Springer, Cham.
- Leong, L. Y., Hew, T. S., Ooi, K. B., & Lin, B. (2019). Do electronic Word of-mouth and elaboration likelihood model influence hotel booking?. *Journal of Computer Information Systems*, 59(2), 146-160.
- Liang, L. J., Choi, H. C., & Joppe, M. (2018). Exploring the relationship between satisfaction, trust and switching intention, repurchase intention in the context of Airbnb. *International Journal of Hospitality Management*, 69, 41-48.
- Lin, P. M., Fan, D. X., Zhang, H. Q., & Lau, C. (2019). Spend less and experience more: Understanding tourists' social contact in the Airbnb context. *International Journal of Hospitality Management*, 83, 65-73.
- Liu, J. N., & Zhang, E. Y. (2014). An investigation of factors affecting customer selection of online hotel booking channels. *International Journal of Hospitality Management*, 39, 71-83.
- Liu, S. Q., & Mattila, A. S. (2017). Airbnb: Online targeted advertising, sense of power, and consumer decisions. *International Journal of Hospitality Management*, 60, 33-41.
- Liu, Y., Teichert, T., Rossi, M., Li, H., & Hu, F. (2017). Big data for big insights: Investigating language-specific drivers of hotel satisfaction with 412,784 user-generated reviews. *Tourism Management*, 59, 554-563.
- Lo, A. S., & Yao, S. S. (2019). What makes hotel online reviews credible? An investigation of the roles of reviewer expertise, review rating consistency and review valence. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(1), 41-60.
- Lune, H., & Berg, B. L. (2016). *Qualitative research methods for the social sciences*. Pearson Higher Ed.
- Luo, Y., & Tang, R. L. (2019). Understanding hidden dimensions in textual reviews on Airbnb: An application of modified latent aspect rating analysis (LARA). *International Journal of Hospitality Management*, 80, 144-154.
- Lutz, C., & Newlands, G. (2018). Consumer segmentation within the sharing economy: The case of Airbnb. *Journal of Business Research*, 88, 187-196.
- Lyu, J., Li, M., & Law, R. (2019). Experiencing P2P accommodations: Anecdotes from Chinese customers. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 323-332.
- Martin, C. J. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism?. *Ecological economics*, 121, 149-159.
- Masiero, L., Yang, Y., & Qiu, R. T. (2019). Understanding hotel location preference of customers: Comparing random utility and random regret decision rules. *Tourism Management*, 73, 83-93.
- Min, H., Lim, Y., & Magnini, V. P. (2015). Factors affecting customer satisfaction in responses to negative online hotel reviews: The impact of empathy, paraphrasing, and speed. *Cornell Hospitality Quarterly*, 56(2), 223-231.
- Mody, M., Hanks, L., & Dogru, T. (2019). Parallel pathways to brand loyalty: Mapping the consequences of authentic consumption experiences for hotels and Airbnb. *Tourism Management*, 74, 65-80.
- Moon, H., Wei, W., & Miao, L. (2019). Complaints and resolutions in a peer-to-peer business model. *International Journal of Hospitality Management*, 81, 239-248.
- Neal, J. D., & Gursoy, D. (2008). A multifaceted analysis of tourism satisfaction. *Journal of Travel Research*, 47(1), 53-62.
- Nvivo 12, (2019). 10 Nisan 2019 tarihinde <https://www.qsrinternational.com/nvivo/nvivo-products adresinden alınmıştır>.
- Oskam, J., & Boswijk, A. (2016). Airbnb: the future of networked hospitality businesses. *Journal of Tourism Futures*, 2(1), 22-42.
- Park, S., Yang, Y., & Wang, M. (2019). Travel distance and hotel service satisfaction: An inverted U-shaped relationship. *International journal of hospitality management*, 76, 261-270.
- Paulauskaite, D., Powell, R., Coca-Stefaniak, J. A., & Morrison, A. M. (2017). Living like a local: Authentic tourism experiences and the sharing economy. *International Journal of Tourism Research*, 19(6), 619-628.
- Phillips, P., Zigan, K., Silva, M. M. S., & Schegg, R. (2015). The interactive effects of online reviews on the determinants of Swiss hotel performance: A

- neural network analysis. *Tourism Management*, 50, 130-141.
- Priporas, C. V., Stylos, N., Vedanthachari, L. N., & Santiwatana, P. (2017). Service quality, satisfaction, and customer loyalty in Airbnb accommodation in Thailand. *International Journal of Tourism Research*, 19(6), 693-704.
- Radojevic, T., Stanisic, N., & Stanic, N. (2015). Ensuring positive feedback: Factors that influence customer satisfaction in the contemporary hospitality industry. *Tourism Management*, 51, 13-21.
- Ren, L., Zhang, H. Q., & Ye, B. H. (2015). Understanding customer satisfaction with budget hotels through online comments: Evidence from Home Inns in China. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 16(1), 45-62.
- Rice, J., & Khanin, D. (2019). Why Do They Keep Coming Back? The Effect of Push Motives vs. Pull Motives, and Attribute Satisfaction on Repeat Visitation of Tourist Destinations. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1-25.
- Sangpikul, A. (2018). The effects of travel experience dimensions on tourist satisfaction and destination loyalty: the case of an island destination. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 12(1), 106-123.
- Schor, J. (2016). Debating the sharing economy. *Journal of Self-Governance and Management Economics*, 4(3), 7-22.
- Schuckert, M., Liang, S., Law, R., & Sun, W. (2019). How do domestic and international high-end hotel brands receive and manage customer feedback?. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 528-537.
- So, K. K. F., Oh, H., & Min, S. (2018). Motivations and constraints of Airbnb consumers: Findings from a mixed-methods approach. *Tourism Management*, 67, 224-236.
- Sotiriadou, P., Brouwers, J., & Le, T. A. (2014). Choosing a qualitative data analysis tool: A comparison of NVivo and Leximancer. *Annals of Leisure Research*, 17(2), 218-234.
- Sukhu, A., Choi, H., Bujisic, M., & Bilgihan, A. (2019). Satisfaction and positive emotions: A comparison of the influence of hotel guests' beliefs and attitudes on their satisfaction and emotions. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 51-63.
- Tussyadiah, I. P. (2015). An exploratory study on drivers and deterrents of collaborative consumption in travel. *Çinde Information and communication technologies in tourism 2015*(pp. 817-830). Springer, Cham.
- Tussyadiah, I. P. (2016). Factors of satisfaction and intention to use peer-to-peer accommodation. *International Journal of Hospitality Management*, 55, 70-80.
- Varma, A., Jukic, N., Pestek, A., Shultz, C. J., & Nestorov, S. (2016). Airbnb: Exciting innovation or passing fad?. *Tourism Management Perspectives*, 20, 228-237.
- Walls, A., Okumus, F., Wang, Y., & Kwun, D. J. W. (2011). Understanding the consumer experience: An exploratory study of luxury hotels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(2), 166-197.
- Wang, C. R., & Jeong, M. (2018). What makes you choose Airbnb again? An examination of users' perceptions toward the website and their stay. *International Journal of Hospitality Management*, 74, 162-170.
- Xiang, Z., Schwartz, Z., Gerdes Jr, J. H., & Uysal, M. (2015). What can big data and text analytics tell us about hotel guest experience and satisfaction?. *International Journal of Hospitality Management*, 44, 120-130.
- Xu, F., La, L., Zhen, F., Lobsang, T., & Huang, C. (2019). A data-driven approach to guest experiences and satisfaction in sharing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(4), 484-496.
- Xu, X., & Li, Y. (2016). The antecedents of customer satisfaction and dissatisfaction toward various types of hotels: A text mining approach. *International journal of hospitality management*, 55, 57-69.
- Yang, Y., Mao, Z., & Tang, J. (2018). Understanding guest satisfaction with urban hotel location. *Journal of Travel Research*, 57(2), 243-259.
- Ye, Q., Law, R., Gu, B., & Chen, W. (2011). The influence of user-generated content on traveler behavior: An empirical investigation on the effects of e-word-of-mouth to hotel online bookings. *Computers in Human behavior*, 27(2), 634-639.
- Ye, Q., Li, H., Wang, Z., & Law, R. (2014). The influence of hotel price on perceived service

quality and value in e-tourism: An empirical investigation based on online traveler reviews. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 38(1), 23-39.

Yen, C. L. A., & Tang, C. H. H. (2015b). Hotel attribute performance, eWOM motivations, and media choice. *International Journal of Hospitality Management*, 46, 79-88.

Yen, C. L. A., & Tang, C. H. H. (2019a). The effects of hotel attribute performance on electronic word-of-mouth (eWOM) behaviors. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 9-18.

Zekan, B., Önder, I., & Gunter, U. (2019). Benchmarking of Airbnb listings: How

competitive is the sharing economy sector of European cities?. *Tourism Economics*, 1-18

Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. W. (2017). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Journal of Marketing Research*, 54(5), 687-705.

Zhang, J. (2019). What's yours is mine: exploring customer voice on Airbnb using text-mining approaches. *Journal of Consumer Marketing*.

Zhao, Y., Xu, X., & Wang, M. (2019). Predicting overall customer satisfaction: big data evidence from hotel online textual reviews. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 111-121.



MUTFAK ÇALIŞANLARININ KARIYER PLANLAMASI: Y KUŞAĞI ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Araştırma Makalesi

Burçin Cevdet ÇETİNSÖZ¹, Eda HAZARHUN², Okan GÜNDOĞDU³

ÖZET

Bu çalışmada y kuşağı mutfak çalışanlarının kariyer planlamaları ve beklentilerinin ortaya konması amaçlanmıştır. Bu kapsamda araştırma evreni olarak İstanbul’da bulunan 8 beş yıldızlı otel işletmesinde çalışan y kuşağı mutfak çalışanlarına kolayda örneklem yöntemi ile anket uygulanmış ve toplamda 250 çalışandan veri toplanmıştır. Y kuşağı mutfak çalışanlarından anket yöntemi ile toplanan veriler bağımsız çift örneklem T-testi, tek yönlü varyans analizi (Anova), Post-Hoc ve Açımlayıcı Faktör Analizi uygulanmıştır. Açımlayıcı faktör analizi sonucuna göre kariyer planlaması *kariyer algısı ve kariyer değişimi* olarak iki temel boyut altında toplanmıştır. Ayrıca y kuşağı mutfak çalışanlarının medeni durumuna göre kariyer algıları arasında anlamlı bir farklılık belirlenirken kariyer değişimleri arasında herhangi bir farklılık belirlenememiştir.

Anahtar Kelimeler: *Kariyer Planlama, Kariyer Değişimi, Mutfak Çalışanları, Y Kuşağı*

Jel Sınıflama Kodları: M12, Z31

CAREER PLANNING OF KITCHEN EMPLOYEES: A STUDY ON GENERATION Y CULINARY EMPLOYEES

Research Article

ABSTRACT

This study aims to determine career planning and expectations of kitchen employees from generation Y. In this regard, a survey has been conducted to 250 kitchen employees from generation Y working in eight hotels with five stars located in Istanbul Province. The survey has been conducted with convenience sampling method. Data collected from 250 generation Y culinary employees has been analyzed with Independent Samples T-Test, One Way Analysis of Variance (anova), Post-Hoc, and Exploratory Factor Analysis. According to the results of exploratory factor analysis career planning consists of two main dimensions as “career perception” and “career change”. In addition, according to marital status generation Y culinary employees, there is significant difference in regards to career perception whereas there is no significant difference in regards to career change.

Key Words: *Career Planning, Career Change, Kitchen Employees, Generation Y*

JEL Classification Code: M12, Z31

¹ Doç.Dr., Mersin Üniversitesi, Anamur Meslek Yüksekokulu, Seyahat Turizm ve Eğlence Bölümü, cetinsoz@yahoo.com, orcid.org/0000-0003-1703-8067

² Doktora Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, edahazarhun@gmail.com, orcid.org/0000-0003-4798-1857

³ Yüksek Lisans Öğrencisi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı., salim.okan.gundogdu@gmail.com, orcid.org/0000-0003-4514-975

“Çetinsöz B. C., Hazarhun E. ve Gündoğdu O. (2020). Mutfak Çalışanlarının Kariyer Planlaması: Y Kuşağı Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, Vol 4: No: 1, p. 15-30, doi: 10.30625/ijctr.643857”

GİRİŞ

Günümüzde küreselleşme ve teknolojik gelişmeler iş yaşamına birçok yenilik getirmiş ve çalışanlar arasında rekabet ortamını arttırmıştır (Ahmetoğulları ve Güneş, 2017). Bu rekabet ortamında çalışanların iş yaşamlarında kalıcılığını sürdürmeleri, kişisel gelişimlerini sağlamalarına bağlıdır (Temeloğlu ve Aksu, 2016). Çalışanların kişisel gelişimlerini sağlaması, kariyer planlamalarını gerçekleştirmeleri ile mümkün olacaktır (Taşlıyan, Arı ve Duzman, 2011). İş yaşamında bireylerin seçtiği kariyer, tüm iş yaşamlarını etkilemektedir. Bundan dolayı çalışanlar kariyer planlamalarını gerçekleştirirken kendi özel yeteneklerinin farkına varmalı, zayıf ve üstün yönlerini belirlemeli ve bu doğrultuda kariyer planlarına yön vermelidirler (Ergün, 2007).

Turizm sektörü de, otel işletmeleri, restoranlar, seyahat acenteleri, hediyelik eşya dükkânları, tur operatörleri ve eğlence hizmetleri başta olmak üzere çok sayıda kuruluşu kapsadığından turizm eğitime sahip bireyler için çeşitli kariyer imkânları sunmaktadır (Temeloğlu ve Aksu, 2016; Eren, 2019). Özellikle de turizm sektöründe son yıllarda aşçılık mesleğine karşı ilgi artmış ve aşçılık saygın mesleklerden biri olarak kabul görmeye başlamıştır (Prattern, 2003b). Bu sayede aşçılık mesleğinin, turizm endüstrisinde göz kamaştırıcı ve prestijli bir meslek konumuna gelmesi son yıllarda genç kuşağı da otel ve restoran mutfaklarında çalışmaya cesaretlendirmiştir (Pratten, 2003a). Bu mutfaklarda çalışan gençlerde farklı kariyer planlarına sahiptir (Kusluvan ve Kusluvan, 2000). Çünkü kariyer planlamaları, iş dünyasında çalışan kişilerin kuşaklarına göre farklılık göstermektedir (Altuntuğ, 2012; Akdemir ve diğerleri, 2013; Metin ve Kızıldağ, 2017; Akgemci ve Kalfaoğlu, 2018). Göktaş (2017)'da iş yerlerinde çalışan x, y, z ve patlama kuşağı üyelerinin farklı kariyer yaklaşımları benimsediklerine vurgu yapmıştır. Bu kuşak üyelerinin kariyer beklentilerini ve hedeflerinin ortaya konması iş hayatında yöneticilerin yönetim planlarını kolaylaştıracaktır (Zvikaite- Rotting, 2007). Bu kapsamda y kuşağı mutfak çalışanlarının kariyer planları ve süreçlerinin ortaya konması hem işletmelerde görev yapan yöneticilerin yönetim planlarının belirlenmesi hem de gastronomi ve turizm eğitimi alan öğrencilerinin kariyer hedefleri açısından yol

gösterici olacaktır (Eren, 2019). Ayrıca alanyazında bayan aşçıların deneyimleri (Haddaji, Albors-Garrigos ve Garcia- Segovia, 2017), iyi bir şef nasıl olması gerektiği (Prattern, 2003b), aşçıların karşılaştıkları zorluklar (Zopiatis, Kyprianou ve Pavlou, 2014), şeflerin eğitimleri ve meslekte kalmalarının sağlanması (Pratten, 2003a), aşçılık programında okuyan öğrencilerin mesleki tutumları (Harbalıoğlu ve Ünal, 2014) ve gastronomi ve mutfak sanatları bölümü lisans öğrencilerinin sektöre yönelik algılarının kariyer yapma niyetlerine etkisi (Özdemir ve Önçel, 2019), şef adaylarının niteliklerine ilişkin mutfak şeflerinin görüşleri (Yılmaz, Erdem ve Arman, 2018) konulu çalışmalar gerçekleştirilmesine rağmen y kuşağı mutfak çalışanlarının kariyer planlaması ile ilgili bir çalışmaya henüz rastlanılmamıştır. Otel ve restoran işletmelerinin başarıya ulaşmasında mutfak çalışanlarının kilit rol oynamasından dolayı y kuşağı mutfak aşçıların kariyer planlamaları hakkında detaylı bir çalışmanın gerçekleştirilmesi işletmeler için faydalı olacaktır. Bu nedenle bu çalışmada y kuşağı mutfak çalışanlarının kariyer planları ve beklentilerinin ortaya konması amaçlanmıştır.

LİTERATÜR TARAMASI

Y Kuşağı

Y kuşağı 1980 ile 2000 arasında dünya'ya gelen nesile verilen addır (Akdemir ve diğerleri, 2013). Sheahan (2009)'a göre y kuşağı internet kuşağı olarak da adlandırılmakta ve 1978 -1994 yılları arasında dünyaya gelen kişileri kapsamaktadır. Fox (2011)'e göre ise y kuşağı 1981 ve 1995 yılları arasında meydana gelen kişilerden oluşmaktadır. Bu kuşak üyeleri, dünya genelinde Google, MSN, akıllı telefonlar ve dijital kameraların yaygınlaştığı (Reeves ve Oh, 2008; Türk, 2013) savaş ve kıtlık dönemlerinin yaşanmadığı, teknolojinin geliştiği, ülkelerin refah ve zenginlik seviyelerinin arttığı bir dönemde yaşamaktadırlar (Bekmezci, 2017).

Son yıllarda dünya nüfusun % 35'i y kuşağı üyelerinden oluşmaktadır (Konakay, 2018). Bu rakamın 2025 yılında % 60 ulaşacağı ön görülmektedir (Deloitte, 2017). Bundan dolayı y kuşağı üyelerinin kişisel özelliklerinin bilinmesi iş yaşamında bireysel ve örgütsel bazda başarının gelişmesinde önem teşkil etmektedir (Konakay, 2018). Y kuşağının öne çıkan en temel bireysel özelliği, teknolojiyi yaşamlarının her alanlarında etkin kullanmalarıdır (Tyler, 2007).

Günümüzde iş hayatına y kuşağı hızlı bir giriş yapmış ve bu kuşak üyeleri iş hayatında yönetici pozisyonlarında çalışmaya başlamışlardır. Y kuşağı üyelerinin genel özelliklerini sabırsız, öz güvenli, bağımsızlığına düşkün, araştırmacı ve sorgulayıcı yönleri yüksek, sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanan, girişimcilik ruhu fazla, aile ve arkadaşlarına düşkün ve kariyerlerinde iş yaşam dengesini iyi ayarlayanlar olarak sıralamak mümkündür. Ayrıca y kuşağı üyelerinin kariyer değişim hızları diğer kuşaklara kıyasla daha yüksektir (Acılıoğlu, 2015). Y kuşağı iş yaşamında kariyer gelişimine (Brown, 2013) ve bireysel kariyer planlamasına önem vermektedirler (Koç, Öztürk ve Yıldırım, 2016).

Mutfak Çalışanlarının Kariyer Planlaması

Kariyer, '*bir bireyin iş hayatındaki geçmişini anlatmak*' olarak tanımlanmaktadır. Alanyazında farklı kariyer tanımları gerçekleştirilmiştir. Wang ve Tsai (2012)'e göre kariyer, iş hayatında bulunan bireylerin, iş hayatları süresince gelişim gösterdiği evrelerin dizisi olarak tanımlanmıştır. Eren (2019), kariyeri, çalışanların işe başladığı süre zarfından başlayarak, mevcut işine kadar geçen süreçte hangi görevlerde yer aldığını gösteren bir kavram olarak tanımlamıştır. Can, Kavuncubaşı ve Yıldırım (2009)'a göre de kariyer, çalışanların iş yaşamlarında en başarılı süreçlerini geçirdiği ve yaşamlarının büyük bir kısmını harcadığı meslek ve iş sahalarıdır.

Çalışanların ve örgütlerin iş yaşamında başarıları üzerinde kariyer planlamasının önemi büyüktür. Kariyer planlaması, bireylerin iş yaşamlarında üstün ve zayıf yönlerini belirleyerek, kendi yetenekleri doğrultusunda iş hayatında kariyer amaçlarına erişmek için kişisel eğitim ve gelişim programlarının ayarlanması olarak tanımlanmakta (Kocabey, 2010) ve bireysel ve örgütsel kariyer planlaması olarak iki unsura ayrılmaktadır (Ertürk, 2011). Bu çerçevede bireysel kariyer planlaması, iş yaşamında çalışanların kendi üstün ve zayıf yönlerini tespit ederek kariyerlerinde başarıya ulaşacak yolları farkına varmaları olarak tanımlanmaktadır (Acar ve Özdaşlı, 2017).

İş yaşamında bireysel kariyer planlaması dışında örgütsel kariyer planlaması da örgüt ve çalışanların başarısında önemli rol oynamaktadır (Yaprak, Hotamışlı ve Gerek, 2010). Örgütsel kariyer planlaması, işletmelerin amaçlarına göre ihtiyaç duydukları çalışan sayısının tahmin edilmesi ve bu

çalışanların iş yaşamında kariyerlerini geliştirmesi için iç ve dış kaynakların belirlenerek çalışanlara sunulması süreçlerini kapsamaktadır (Dessler, 2013). İşletmelerde kariyer planlama süreci öz değerlendirme, araştırma, deneyim, karar verme ve uygulama aşamaları olmak üzere beş aşamayı kapsamaktadır. Aşağıda bu aşamalar ayrıntılı olarak ele alınmaktadır (Öztemel, 2019).

- **Öz Değerlendirme:** Birey, öz değerlendirme aşamasında kendisinin ilgi alanları, kişisel özellikleri, beceri ve yeteneklerini değerlendirir. Bu değerlendirme aşamasında birey kendi yeteneklerinin farkına varır. Bu yetenekler ile seçmeyi düşündüğü mesleğin özellikleri arasında bağlantı kurar. Yani birey kendi kişisel özelliklerine uygun meslek kollarında kariyer planlaması gerçekleştirmeye özen göstermelidir. Örneğin yaratıcılık yeteneği gelişmiş bireyler, oyuncu, mimar, ressam, grafik tasarımcılığı ve müzisyen gibi yaratıcılık gerektiren meslek dallarında başarılı bir kariyere sahip olma şansları daha yüksektir (Ünsal, 2014).
- **Araştırma:** Bireyler kendi öz yeteneklerini değerlendirdikten sonra kariyer yapmayı düşündüğü meslekleri ve çevre koşullarını araştırmaya başlar. Kariyer araştırması hem bireyin kendini hem de çevreyi araştırma sürecini kapsamaktadır. Öz değerlendirme aşamasında kişisel özellikleri, yetenekleri, ilgi alanları ve hobilerini farkına varan bireylerden, araştırma aşamasında değerlendirmelerinin daha genişletmeleri beklenir. Bu kapsamda aile, arkadaş üyeleri, kariyer danışmanlarından da kişisel yetenekleri hakkında geri bildirim alabilirler. Çevre araştırması ise bireyin seçmeyi düşündüğü mesleğin iş tanımları veya başka meslekler, ödüller, çalışma koşulları ve iş grupları hakkında internet, kariyer tanıtım broşürleri ve çalışan bireyler aracılığı ile bilgi toplama sürecini içermektedir.
- **Deneyim:** Bireyler çevre ve kendi değerlendirmelerini gerçekleştirdikten sonra kariyerlerini gerçekleştirmeyi düşündükleri iş alanları ile ilgili deneyim elde etme sürecine başlamaktadırlar. Deneyimler, staj, yarı ve tam zamanlı ve gönüllü işlerde çalışma ve iş gölgeleme olarak adlandırılan deneyimli kişilerden izleme olarak kazanılabilir.

- **Karar Verme:** Bu aşama bireylerin, karar verme sürecinde yukarıda yer alan üç evrede topladıkları bilgilerin artıları ve eksiklerini değerlendirerek gerçekleştirmek istedikleri kariyer seçenekleri hakkında karar verme sürecini kapsamaktadır. Bireyler, öz değerlendirme ve araştırma sürecinde detaylı ve gerçekçi bir bilgi toplama sürecini gerçekleştirmişler ise karar verme sürecinde elde ettikleri bilgiler arasından kendilerine en uygun olan kariyer seçeneğine yönelme şansları artar.
- **Uygulama:** Uygulama aşaması, kariyer seçenekleri hakkında verilen kararın eyleme geçirme sürecini kapsamaktadır. Kısaca bu aşamaya gelen birey kariyer planlamasında nerede olacağından emin olur ve harekete geçer. Örneğin lisansüstü eğitime devam etme kararı alan bir öğrenci bu aşamada farklı üniversitelere lisansüstü eğitim başvurusu yapabilir.

Kariyer planlama süreci hem çevresel hem de kişisel faktörlerden etkilenmektedir. Bireylerin kariyer planlarını etkileyen çevresel faktörler arasında bireylerin aileleri, sosyal geçmişleri ve gelir düzeyleri; bireysel faktörler arasında ise kişisel özellikler, normlar, değerler, inanç ve beklentiler yer almaktadır (Çiftçi, 2011).

Çeşitli meslek grubunda çalışan bireylerin, iş hayatında başarısı üzerinde kariyer planlamasının önemli rolü vardır. Son yıllarda rekabet ortamının arttığı emek yoğun bir sektör olan turizm sektöründe de istihdam edilen bireylerin hem kişisel gelişimlerinin sağlanması hem de işletmelerin hedeflerine ulaşmaları için kariyer planlamasına önem verilmesi gerekmektedir (Perçin ve Çetin, 2016). Özellikle turizm sektöründe çalışmak isteyen gençlerin kariyer planlama süreçleri turizm eğitimi aldıkları eğitim kurumlarında başlamaktadır. Bundan dolayı lise ve üniversitelerde turizm eğitimi gören gençlerin turizm sektörüne yönelik kariyer tutumlarının belirlenmesi önemlidir. Bu kariyer tutumlarının ortaya konması amacı ile alanyazında çeşitli çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Örneğin Çavuş ve Kaya (2015), turizm lisans eğitimi alan öğrenciler ile gerçekleştikleri çalışmalarında öğrencilerin çoğunluğunun turizm sektöründe kariyerine devam etmek istediklerini ortaya koymuştur. Güzel, Akdağ, Güler ve Şener (2014)'de

gerçekleştirdikleri çalışmada öğrencilerin, turizm sektörünün yurt dışında çalışma ve yeni insanlarla tanışma imkânları sağlamasından dolayı turizm kariyerine olumlu baktıklarını belirtmişlerdir. Öte yandan Kozak ve Kızıllırmak (2001), ön lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenciler ile gerçekleştirdikleri çalışmada erkek öğrencilerin otelleri çalışmak için cazip ve turizm sektöründeki işleri saygın olarak görmediği, kız öğrencilerin de turizm sektöründe aile yaşantısını sürdürmenin zor olduğu ifadelerini daha çok tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ahmetoğulları ve Güneş (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışmaya göre de turizm öğrencilerinin cinsiyetlerine göre turizm kariyeri algılarının farklılaştığı belirlenmiştir.

Turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm kariyerine karşı tutumları değişiklik göstermesine rağmen son yıllarda turizm sektöründe gençlerin açıcılık mesleğine karşı ilgisi artmakta ve gençler çeşitli motivasyonlar ile mutfak departmanlarında çalışmayı tercih etmektedirler (Kurnaz ve diğerleri, 2014). Örneğin Özdemir ve Önçel (2019) tarafından gerçekleştirilen araştırmaya göre öğrencileri gastronomi alanında kariyer yapmaya yönelten unsurlar arasında, mutfak yöneticilerinin daha alt kademede çalışan personellere yetki vermeleri, öğrencilerin gastronomi alanını sevmeleri, iş motivasyonlarının yüksek olması ve mutfak alanında çalışan personellere toplumun saygı göstermesi yer almaktadır. Harbalıoğlu ve Ünal (2014)'de açıcılık bölümünde okuyan öğrenciler ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında, öğrencilerin maddi ve manevi tatmin sağlayacağı, mesleklerinde ilerledikçe tecrübelerinin ve işe bağlılıklarının artacağını düşündükleri için açıcılık programını seçtikleri sonucuna ulaşmışlardır.

Mutfak alanında genç kuşak için farklı kariyer seçenekleri bulunmaktadır. Gençler, mutfak şefi, mutfak şef yardımcısı, kısım şefleri (soğuk mutfak şefi, sıcak mutfak şefi, garnitürcü şefi, pastane şefi), kısım aşçıları (mezeci, kasap, ızgaracı, balıkçı, çorba aşçısı, sebze aşçısı, pastacı, dondurmacı, ekmekçi, personel aşçısı ve izin doldurucu aşçı) ve kısım aşçı yardımcısı olabilir (Yılmaz, Yılmaz, Yılmaz, 2013). Mutfak aşçılarının kariyerlerini geliştirmek için staj eğitimi alması, mutfak malzemelerinin kullanımını, pişirme işlemlerini ve güvenlikle ilgili bilgileri bilmesi ve müşterilerin sürekli değişen lezzet taleplerini karşılamaları gerekmektedir (Pratten,

2003b). Diğer bir taraftan mutfak çalışanlarının kariyer planlarında hem pratik hem teorik dersler önemli yer tutmaktadır. Öncelikle aşçı adaylarına sınıf ortamında teorik dersler verilmekte ve daha sonra teorik dersler uygulama mutfaklarında pratiğe dönüştürülmektedir. Ayrıca uygulama mutfaklarında her aşçı adayının uygulama yapması, el becerilerinin gelişimini sağladığı için kariyerlerine olumlu katkı sağlamaktadır (Öztürk ve Görkem, 2012; Pratten, 2003a).

Aşçılık doğası gereği rekabetçi ve yenilik süreçlerini içeren bir meslek olduğundan aşçıların kendilerini sürekli geliştirmeleri ve zorluklar ile mücadele etmeyi öğrenmeleri gerekmektedir (Manzoori-Stamford, 2013). Bu nedenle özellikle sektöre yeni giren y kuşağı aşçıları için kariyer planlaması önemlidir. Y kuşağı üyeleri kariyerlerinde yeteneklerini ve bilgilerini daha fazla geliştirmek için çalışırlar. Ayrıca Y kuşağı üyeleri kariyer değişikliği içine daha çabuk girebilirler veya sahip olduğu kariyer paralelinde farklı kariyer planlaması gerçekleştirebilirler (Gursoy ve diğerleri, 2008; Acıloğlu, 2015). Saxena ve Jain (2012)'de y kuşağı üyelerinin iş yaşamlarında yaklaşık iki yılda bir iş değiştirdiğine vurgu yapmaktadırlar. Örneğin Deloitte tarafından gerçekleştirilen y kuşağı araştırmasının sonuçlarına göre, Türkiye'de çalışan y kuşağı üyelerinin %46'sı iş yerlerinden iki sene içerisinde ayrılmayı düşünmektedir. Bu oran dünyada % 38'e düşmektedir (Deloitte, 2017). Y kuşağı mutfak çalışanlarının da kariyer gelişimleri uzun çalışma saatleri, düşük ücretler, cinsiyetçilik, sosyal yaşama zaman ayırmama gibi problemler yüzünden olumsuz etkilenmekte ve aşçıların bazıları az bir eğitime sahip olarak mesleğin başında bu sorunlardan aşçılık mesleğini bırakmakta veya farklı alanlarda kariyerlerine devam etmektedirler (Pratten, 2003a). Bu sorunlardan dolayı bazı genç mutfak çalışanları aşçılık mesleğini, okurken, seyahat ederken veya diğer kariyer hedeflerine odaklanırken para kazanmak için yaptıkları geçici bir iş olarak değerlendirmektedirler (Pratten, 2003a).

Araştırmada alanyazından elde verilerden yola çıkarak araştırmanın amacına ulaşılabilmesi için şu araştırma sorusu belirlenmiştir;

Kariyer algısı ve kariyer değişimleri boyutları katılımcıların demografik özelliklerine ve tecrübelerine göre farklılık gösterir mi?

YÖNTEM

Bu araştırma y kuşağı mutfak çalışanlarının kariyer planları ve beklentilerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın ideal evrenini Türkiye'de 5 yıldızlı otellerin mutfağındaki tüm y kuşağı çalışanları oluşturmaktadır. İdeal evren üzerinde anket uygulaması olanaklı olmadığı için, çalışma evreni tanımlaması yoluna gidilmiştir. Çalışma evreni, genel evrene göre daha somut, araştırmacının gözlem ya da bir şekilde ulaştığı bir örnek kümeden yararlanarak çalışma sonuçlarını genellediği evrendir (Karasar, 2014). Buna göre araştırmanın çalışma evrenini İstanbul'da bulunan 102 adet beş yıldızlı otel işletmesi (İstanbul Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018) arasında araştırma izni alınabilen 8 beş yıldızlı otel işletmesinin mutfaklarındaki y kuşağı çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmada Aralık 2018-Şubat 2019 ayları arasında "kolayda örnekleme" yöntemi ile yüz yüze görüşülerek toplam 250 çalışanına anket formu uygulanmıştır. Kullanılan anket formu iki aşamadan oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik ve mesleki özelliklerini belirlemeye yönelik dokuz soru yer almaktadır. İkinci bölümde, kariyer planlamalarını belirlemeye ilişkin on soru bulunmaktadır. Araştırmada kullanılan kariyer planlaması ölçeği Akdemir ve arkadaşları (2015) ve Ahmetoğlu ve Güneş (2017) güvenilirliği ve geçerliliği teyit edilen çalışmalarından uyarlanmıştır. Kariyer planlaması ölçeği 2 boyut ve 10 ifadeden oluşmaktadır. Araştırmada katılımcıların anket formundaki ifadelerle katılım düzeylerini belirlemek amacıyla 5'li likert tipi derecelendirme kullanılmıştır ve puanlama 1=Kesinlikle Katılmıyorum ve 5=Kesinlikle Katılıyorum olacak şekilde gerçekleştirilmiştir.

Parametrik hipotez testlerinin varsayımlarına göre, verilerin aralıklı ya da oransal olması, verilerin normal dağılıma uyması ve grup varyanslarının eşit olması gerekir (Kalaycı, 2008). Bu araştırmada temel veriler aralıklı ölçekten (5'li tutum ölçeği) elde edilmiştir. Verilerin basıklık ve çarpıklık değerleri -1 ve +1 civarında olduğundan normal dağılıma uymaktadır. Grup varyanslarının eşitliğinde faktörlerin varyanslarının birbirine eşit olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu araştırmada veriler söz konusu özellikleri taşıdığından, parametrik testlere tabi tutulmuştur.

Veri Analiz Yöntemleri

Anket uygulaması sonucunda elde edilen verilerin istatistiksel analiz tekniklerine geçilmeden önce kategorik sorulara ait betimleyici istatistikler; frekans dağılımları, yüzdelik oranlar, ortalama değerler ve standart sapmalar verilmiştir.

Araştırma sorularındaki farklılık testleri için Bağımsız Çift Örneklem T-testi, Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ve Post-Hoc Analizinden faydalanılmıştır. Ölçeğin güvenilirliği için Cronbach Alpha testi, yapı geçerliliği için ise öncelikle “Açıklayıcı Faktör Analizi” uygulanmıştır.

Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

Ölçme aracının önemli teknik özelliklerinden biri olan güvenilirlik, “ölçme aracının ölçtüğü özelliği

ya da özellikleri, ne derecede bir kararlılıkla ölçmekte olduğunun göstergesidir”(Tavşancıl, 2014; Tekin, 2000). Ölçme aracını oluşturan ifadelerin birbirleriyle tutarlılık gösterip göstermediği, aralarındaki ilişkinin ölçülmesiyle ortaya çıkar. Güvenilirlik katsayısı, 0 ile 1 arasında değerler alır ve bu değerler 1’e yaklaştıkça güvenilirlik artar (Ural ve Kılıç, 2006).

Tablo 1’de güvenilirlik analizinde öncelikle alfa katsayısının kabul edilen güvenilirlik aralığı olan 0,60-0,79 arası olması, mümkünse 0,80 ve üzeri olup olmadığı (Kalaycı, 2014: 405), ölçek içinde bulunan maddelerin ölçeğin güvenilirliğini bozup bozmadığı incelenmiştir.

Tablo 1: Kariyer Planlaması Ölçeği Güvenilirlik Analizi Bulguları (n=250)

Maddeler	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silindiğinde Cronbach Alfa Değeri
1.İyi bir otelin mutfağında çalışmam, hem iş yaşamında hem de sosyal yaşamda prestijli bir kişi olmamda yardımcı olacaktır.	.676	.847
2.Kurumsal bir işletmenin mutfağında çalışmam sürekli kariyer gelişimimin başlangıç noktasıdır.	.627	.851
3.Mutfakta bilgi teknolojileri açısından donanımlı olmam, gelecekteki hedeflerime katkı verecektir.	.726	.844
4.Gelecekte mutfakta alanımla ilgili teknik bilgiye ileri düzeyde sahip olmak istiyorum.	.786	.840
5.Mutfakta mütevazı düzeyde gelirle işe başladıktan sonra gelir düzeyimi çok artırmayı hedeflemekteyim.	.656	.849
6.Kendi alanımda kendi işimi kurmak istiyorum.	.328	.875
7.Mutfakta herhangi bir kamu dairesinden ziyade özel sektörde ilerlemek istiyorum.	.358	.872
8.Alanımda akademik kariyer planlıyorum.	.512	.861
9.Mutfakta nitelikli bir personel olarak işe başlayıp yükselmeyi hedeflemekteyim.	.738	.842
10.Yabancı dil öğrenme konusunda hedeflerim var.	.483	.862
Cronbach Alfa Değeri	0,867	
Genel Ortalama	3,883	
Hotelling’ T²	F _{9,239} =19,585 (p<0,000)	
Toplanamazlık	F _{1,9} =4,400; p>0,036	
Sınıflararası R (Tekli ve Ortalama Ölçüm)	r=,373/,856 (p<0,000)	

Tablo 1’de kariyer planlaması ölçeğini oluşturan ifadelerin genel ortalaması 3,88 ve ifadeler arasındaki ortalama korelasyon 0,401 olarak

bulunmuştur. Çoklu korelasyon (R²) katsayılarına bakıldığında 6 nolu ifade çoklu korelasyon (R²)=0,148 ve 7 nolu ifade çoklu korelasyon

(R^2)=0,188 ölçekten çıkartıldığında güvenilirlik katsayısını arttıracaklardır. Ancak 6 nolu ifadenin ölçekten çıkartılması, 7 nolu ifadenin çıkartılması hususunda açılımlayıcı faktör analizi sonucunda nihai karar verilecektir. 7 Hotelling T^2 testine göre $P=0,000$ olarak, soru ortalamaları arasındaki farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ifade etmektedir. Ölçeğin toplanamazlık (nonadditivity) özelliği $p=0,036$ değeri ile anlamlı olduğu belirlenmiştir.

Geçerlilik ise “bir ölçme aracının ölçmeyi amaçladığı özelliği tam ve doğru olarak, bir başka özellikte karıştırmadan ölçebilme derecesidir” (Tavşancıl, 2014). Yapı geçerliliği tekniklerinden “açılımlayıcı faktör analizi”, araştırmacının ölçme aracının ölçtüğü faktörlerin sayısı hakkında bir bilgisinin olmadığı, belli bir hipotezi sınamak yerine, ölçme aracıyla ölçülen faktörlerin doğası hakkında bir bilgi edinmeye çalıştığı inceleme türü olarak tanımlanmaktadır (Tavşancıl, 2014).

Tablo 2: Kariyer Planlaması Ölçeği Açılımlayıcı Faktör Analizi

Faktörler	Fak. Yük.	Öz-Değer	Açık Var.%	Cronb. Alpha	Ort. (μ 1-5)	SS (\pm)	F	P
Kariyer Planlaması			63,602	,867	3,88	1,06		
Faktör 1: Kariyer Algısı		4,706	52,284	,849	3,82	1,09	25,702	.000
2.Kurumsal bir işletmenin mutfağında çalışmam sürekli kariyer gelişiminin başlangıç noktasıdır.	,867				3,68	1,15		
1.İyi bir otelin mutfağında çalışmam, hem iş yaşamında hem de sosyal yaşamda prestijli bir kişi olmamda yardımcı olacaktır.	,854				3,82	1,20		
9.Mutfakta nitelikli bir personel olarak işe başlayıp yükselmeyi hedeflemekteyim.	,675				3,99	1,10		
3.Mutfakta bilgi teknolojileri açısından donanımlı olmam, gelecekteki hedeflerime katkı verecektir.	,644				4,14	1,04		
8.Alanımda akademik kariyer planlıyorum.	,626				3,49	1,23		
Faktör 2: Kariyer Değişimi		1,019	11,317	,721	3,99	1,04	16,249	.000
10.Yabancı dil öğrenme konusunda hedeflerim var.	,787				4,11	0,99		
5.Mutfakta mütevazı düzeyde gelire işe başladıktan sonra gelir düzeyimi çok artırmayı hedeflemekteyim.	,649				4,01	1,03		
7.Mutfakta herhangi bir kamu dairesinden ziyade özel sektörde ilerlemek istiyorum.	,640				3,68	1,10		
4.Gelecekte mutfakta alanımla ilgili teknik bilgiye ileri düzeyde sahip olmak istiyorum.	,635				4,14	1,04		

Notlar: Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Faktör Analizi Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği= ,866. Bartlett's Test of Sphericity: $p<.000$ (Chi-Square 1126,736 $df=36$).

Katılımcıların kariyer planlamasına yönelik açımlayıcı faktör analizi sonucunda iki temel boyut (*kariyer algısı ve kariyer değişimi*) belirlenmiştir. Kariyer planlaması ölçüm aracında 10 madde bulunmaktadır. Daha anlamlı ve yorumlanabilir bir çözüm elde etmek için, düşük yüklü ya da aynı anda birden fazla faktöre yük veren ifadelerin silinmesi gerekmektedir (Hair, Black, Babin, Anderson ve Tatham, 2006). Bundan dolayı 6 nolu madde (*Kendi alanımda kendi işimi kurmak istiyorum*) düşük faktör yüküne sahip olmasından dolayı ölçekten silinmiştir. Yapılan faktör analizi sonucunda, ölçeğin açıklanan toplam varyansı 63,602 seviyesinde iken, güvenilirlik değeri 0,867 ve genel ortalama değeri ise $X=3,88$ olarak belirlenmiştir. Ayrıca ölçeğin Barlett Testi sonucu ki kare değeri 1126,736 ve p anlamlılık değeri 0,000 olarak gerçekleşmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem değeri 0,866'dır. Elde edilen değerler, veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu işaret etmektedir.

İlk faktörün (*Kariyer Algısı*) toplam varyansı açıklama oranı % 52,284 düzeyindedir ve beş madde ile ifade edilmektedir. Bu faktörün öz değeri 4,706'dır. Kariyer algısı faktörü güvenilirlik değeri 0,849'dur ve $p=0,000$ düzeyinde anlamlıdır. Bu faktöre, katılımcılar ortalama değer olarak $X=3,82$ vermişlerdir. İkinci faktörün (*Kariyer*

Değişimi) toplam varyansı açıklama oranı % 11,317 düzeyindedir ve dört madde ile ifade edilmektedir. Bu faktörün öz değeri 1,019'dur. Kariyer değişimi faktörü güvenilirlik değeri 0,721'dir ve $p=0,000$ düzeyinde anlamlıdır. Bu faktöre, katılımcılar ortalama değer olarak $X=3,99$ vermişlerdir. Katılımcılar en yüksek ortalama değer olarak "*Mutfakta bilgi teknolojileri açısından donanımlı olmam, gelecekteki hedeflerime katkı verecektir*", "*Gelecekte mutfakta alanımla ilgili teknik bilgiye ileri düzeyde sahip olmak istiyorum*" $X=4,14$ ile ifadelerine cevap vermişlerdir. Bu durum hem y kuşağının mutfaklardaki teknolojiyi ve teknik gelişmeleri takip etmek konusunda oldukça önem verdiklerini göstermektedir. Ancak sektörün içinde fiilen çalışan y kuşağı mutfak çalışanları "*Alanımda akademik kariyer planlıyorum*" ifadesine $X=3,49$ gibi ortalama bir değer vererek, bu alanda kararsız oldukları yorumlanabilmektedir.

BULGULAR

Katılımcıların Demografik ve Mesleki Özellikleri

Araştırma bulgularında ilk olarak Tablo 3'de katılımcıların demografik ve bazı mesleki özelliklerine göre veriler belirtilmektedir.

Tablo 3: Katılımcıların Demografik ve Mesleki Özelliklerine İlişkin Veriler

Cinsiyet	Frekans	%
Erkek	188	75,2
Kadın	62	24,8
Yaş		
20 Yaş ve Altı	46	18,4
21-25 Yaş	97	38,8
26-30 Yaş	42	16,8
31-39 Yaş	65	26,0
Medeni Durum		
Evli	73	29,2
Bekar	177	70,8
Eğitim Düzeyi		
İlköğretim	50	20,0
Lise	90	36,0
Ön Lisans	32	12,8
Lisans	78	31,2
Lisansüstü	-	-

Mesleği Nasıl Seçtiniz?		
Aile mesleği	28	11,2
Bu mesleğe ilgi duyuyorum	212	84,8
Mecburiyetten seçtim	10	4,0
10 Yıl sonra kendinizi mesleğinizde nerede görmek istiyorsunuz?		
Kendi işimi kurmayı planlıyorum.	92	36,8
Kurumsal özel bir işletmede çalışmayı planlıyorum.	12	4,8
İyi bir işletmede üst düzey yönetici olmayı planlıyorum.	74	29,6
Yurtdışında mesleğimde iyi bir kariyer planlıyorum.	50	20,0
Gelecekte bu mesleği devam etmeyi düşünmüyorum.	22	8,8
Mesleğinizde kariyer hedefleriniz var mı?		
Evet	214	85,6
Hayır	18	7,2
Kararsızım	18	7,2
Mesleğinizde tecrübeniz?		
3 Yıl ve altı	114	45,6
4-7 yıl	40	16,0
8-11 yıl	34	13,6
12 ve üstü	62	24,8
Toplam	250	100

Araştırmada katılımcıların %75,2'sini erkekler oluştururken, %55,6'sını 21-30 yaş grubu oluşturmaktadır. Katılımcıların %68,4'ü bekar ve %56'sı ilköğretim ve lise mezunlarından oluşmaktadır. Ayrıca katılımcıların %84,8'i bu mesleğe ilgi duydukları için tercih ettiklerini belirtirlerken, %36,8'i 10 yıl sonra kendilerini kendi kuracakları işlerinin başında görmeyi ve %29,6'sı iyi bir işletmede üst düzey bir yönetici olmayı planlamaktadırlar. Katılımcıların %85,6'sı mesleklerinde kariyer hedeflerinin olduğunu

belirtirlerken, %45,6'sının daha henüz mesleki tecrübeleri 3 yıl ve altında olduğunu belirtmişlerdir.

Değişkenler Arası Farklılıkların Belirlenmesi T-Testi

T testi iki örneklem grubu arasında ortalamalar açısından fark olup olmadığını araştırmak için kullanılır. T testi, bir gruptaki ortalamanın diğer gruptaki ortalamadan önemli derecede farklı olup olmadığını belirler (Kalaycı, 2008).

Tablo 4: Faktör Boyutlarının T Testi Sonuçları

Faktörler	Cinsiyet	Sayı (N)	A.O.	S.S.	t-Değeri	p-Değeri
Kariyer Algısı	Erkek	188	3,78	,992	-1,261	,208
	Kadın	62	3,95	,571		
Kariyer Değişimi	Erkek	188	3,98	,815	-1,738	,085
	Kadın	62	4,16	,666		
Kariyer Algısı	Evli	177	3,74	,901	2,174	,031
	Bekar	73	4,02	,902		
Kariyer Değişimi	Evli	177	4,00	,833	-,855	,394
	Bekar	73	4,08	,649		

Tablo 4’de katılımcıların cinsiyetlerine göre kariyer algıları ve kariyer değişimleri arasında ($p>.05$) anlamlılık düzeyinde bir farklılık bulunmamıştır. Medeni durumlarına göre, kariyer algıları ile ($p<.05$) arasında anlamlılık düzeyinde bir farklılık belirlenmiştir. Katılımcılardan bekarlar ($x=4,02$), evlilere göre ($x=3,74$) daha fazla kariyer algısı konusunda hedefleri olduğu belirlenmiştir. Ancak medeni durumlarına göre, kariyer değişimleri arasında ($p>.05$) anlamlılık düzeyinde her hangi bir farklılık belirlenmemiştir.

Tek Yönlü Varyans Analizi

İkiden fazla bağımsız grubun ortalamalarının birbirinden farklı olup olmadığını test etmek amacıyla kullanılan istatistiksel analiz yöntemine tek yönlü varyans analizi denir (Sipahi, Yurtkoru ve Çinko, 2008). Tek yönlü varyans analizinin ön şartı grup varyanslarının homojen olmasıdır. Tablo

5’de kariyer algısı bağımlı değişkeni için Levene testi sonuçlarına göre grup varyansları homojen değildir ($p<0,05$). Ancak kariyer algısı bağımlı değişkeninin *F değeri* 1,167 ve *p değerinin* ise $0,323>0,05$ olduğu belirlenmiştir. Buna göre kariyer algıları ile yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Kariyer değişimi bağımlı değişkeni için Levene testi sonuçlarına göre grup varyansları homojendir (*p değeri* $0,222>0,05$). Bu durumda Tablo 5’de kariyer değişimi bağımlı değişkeninin *F değerinin* 4,569 buna karşılık *p değerinin* ise $0,004<0,05$ olduğu belirtilmektedir. Katılımcıların kariyer değişimleri ile yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Araştırmada bulgularında dört grupta her bir grubun gözlem sayısı farklı olduğundan ikili karşılaştırma Tukey HSD Post-Hoc testi yorumlanmıştır.

Tablo 5: Yaş Grupları Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları (n=250)

Faktör Boyutları		Karelerin Ortalaması	Serbestlik Derecesi	Ortalamalar Karesi	F	Sig.
Kariyer Algısı	Gruplar arası	2,884	3	0,961	1,167	0,323
	Grup İçi	202,669	246	0,824		
	Toplam	205,553	249			
Kariyer Değişimi	Gruplar arası	8,072	3	2,691	4,569	0,004 *
	Grup İçi	144,884	246	0,589		
	Toplam	152,956	249			
* $p<0,05$						

Tablo 6’da Tukey HSD Post-Hoc testi sonuçlarına göre kariyer değişimi bağımlı değişkeni ile yaş grupları arasındaki anlamlı farkın 31-39 yaş grupları 21-25 yaş grubu ve 26-30 yaş grupları arasında olduğu ($p<0,05$) görülmektedir. Buna göre 31-39 yaş grubu ($x=3,73$), 21-25 yaş grubuna

göre ($x=3,83$) ve 26-30 yaş grubuna göre daha düşük bir kariyer değişimi eğilimi sergilemektedirler. Bu durum 20’li yaşlardaki genç katılımcıların açılış mesleğinde kendi kişisel gelişimlerini sağlayarak kariyer değişimi eğilimlerinin daha fazla olduğunu göstermektedir.

Tablo 6: Yaş Gruplarına Göre Post Hoc Testi Bulguları (n=250)

Kariyer Değişimi	Yaş Grupları	n	Ortalama	Ortalama Farkı (I-J)	p-değeri
20 ve altı (n=46)	21-25	97	3,83	-,17784	,567
	26-30	42	4,04	-,14286	,819
	31-39	65	3,73	-,25769	,304
21-25 Yaş (n=97)	20 ve altı	46	3,74	,17784	,567
	26-30	42	4,04	,03498	,995
	31-39	65	3,73	,43553*	,003
26-30 Yaş (n=42)	20 ve altı	46	3,74	,14286	,819
	21-25	97	3,83	-,03498	,995
	31-39	65	3,73	,40055*	,044

31-39 Yaş (n=65)	20 ve altı	46	3,74	-,25769	,304
	21-25	97	3,83	-,43553	,003
	26-30	42	4,04	-,40055	,044

Tablo 7: Eğitim Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları (n=250)

Faktör Boyutları		Karelerin Ortalaması	Serbestlik Derecesi	Ortalamalar Karesi	F	Sig.
Kariyer Algısı	Gruplar arası	4,027	3	1,342	1,638	0,181
	Grup İçi	201,526	246	0,819		
	Toplam	205,553	249			
Kariyer Değişimi	Gruplar arası	1,374	3	0,458	0,743	0,527
	Grup İçi	151,582	246	0,616		
	Toplam	152,956	249			

Tablo 7’de kariyer algısı bağımlı değişkeni için Levene testi sonuçlarına göre grup varyansları homojendir (p değeri 0,051>0,05). Ancak kariyer algısı bağımlı değişkeninin *F değeri* 1,638 ve *p değerinin* ise 0,181>0,05 olduğu belirlenmiştir. Buna göre kariyer algıları ile eğitim seviyeleri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Kariyer değişimi bağımlı değişkeni için Levene

testi sonuçlarına göre grup varyansları homojen değildir (p değeri 0,013<0,05). Ayrıca kariyer değişimi bağımlı değişkeninin *F değeri* 0,743 ve *p değerinin* ise 0,527>0,05 olduğu belirlenmiştir. Bu durumda katılımcıların kariyer değişimi ile eğitim seviyeleri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Tablo 8: Tecrübe Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları (n=250)

Faktör Boyutları		Karelerin Ortalaması	Serbestlik Derecesi	Ortalamalar Karesi	F	Sig.
Kariyer Algısı	Gruplar arası	8,007	3	2,669	3,324	0,020*
	Grup İçi	197,546	246	0,803		
	Toplam	205,553	249			
Kariyer Değişimi	Gruplar arası	6,565	3	2,188	3,677	0,013*
	Grup İçi	146,391	246	0,595		
	Toplam	152,956	249			

*p<0,05

Tablo 8’de kariyer algısı bağımlı değişkeni için Levene testi sonuçlarına göre grup varyansları homojen değildir (p<0,05). Kariyer algısı bağımlı değişkeninin *F değerinin* 3,324 buna karşılık *p değerinin* ise 0,020<0,05 olduğu belirtilmektedir. Katılımcıların kariyer algıları ile tecrübeleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Araştırmada bulgularında dört grupta her bir grubun gözlem sayısı farklı olduğundan ikili

karşılaştırma Tukey HSD Post-Hoc testi yorumlanmıştır. Tablo 8’de ayrıca kariyer değişimi bağımlı değişkeni için Levene testi sonuçlarına göre grup varyansları homojen değildir (p<0,05). Kariyer değişimi bağımlı değişkeninin *F değerinin* 3,677 buna karşılık *p değerinin* ise 0,013<0,05 olduğu belirtilmektedir. Katılımcıların kariyer değişimi eğilimleri ile tecrübeleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir.

Tablo 9: Tecrübe Değişkenine Göre Post Hoc Testi Bulguları (n=250)

Kariyer Algısı	Yaş Grupları	n	Ortalama	Ortalama Farkı (I-J)	p-değeri
3 ve altı (n=114)	4-7 Yıl	40	3,98	-,18325	,682
	8-11 Yıl	34	3,43	,36646	,158
	12 ve üstü	62	3,99	-,19179	,528
4-7 Yıl (n=40)	3 ve altı	114	3,80	,18325	,682
	8-11 Yıl	34	3,43	,54971*	,045
	12 ve üstü	62	3,99	-,00855	1,000
8-11 Yıl (n=34)	3 ve altı	114	3,80	-,36646	,158
	4-7 Yıl	40	3,98	-,54971*	,045
	12 ve üstü	62	3,99	-,55825*	,020
12 ve üstü (n=62)	3 ve altı	114	3,98	,19179	,528
	4-7 Yıl	40	3,43	,00855	1,000
	8-11 Yıl	34	3,43	-,55825*	,020
Kariyer Değişimi	Yaş Grupları	n	Ortalama	Ortalama Farkı (I-J)	p-değeri
3 ve altı (n=114)	4-7 Yıl	40	4,05	,08158	,939
	8-11 Yıl	34	3,63	,49923*	,006
	12 ve üstü	62	4,03	,09932	,847
4-7 Yıl (n=40)	3 ve altı	114	4,13	-,08158	,939
	8-11 Yıl	34	3,63	,41765	,096
	12 ve üstü	62	4,03	,01774	,999
8-11 Yıl (n=34)	3 ve altı	114	4,13	-,49923*	,006
	4-7 Yıl	40	4,05	-,41765	,096
	12 ve üstü	62	4,03	-,39991	,074
12 ve üstü (n=62)	3 ve altı	114	4,13	-,09932	,847
	4-7 Yıl	40	4,05	-,01774	,999
	8-11 Yıl	34	3,63	,39991	,074

Tablo 9’da Tukey HSD Post-Hoc testi sonuçlarına göre kariyer algısı bağımlı değişkeni ile tecrübe yılları arasındaki anlamlı farklılığın 8-11 yıl tecrübeye sahip katılımcıların, 4-7 yıl ile 12 yıl ve üstü tecrübeye sahip katılımcılar arasında olduğu ($p<0,05$) görülmektedir. Buna göre 8-11 yıl tecrübeye sahip katılımcılar ($x=3,43$), 4-7 yıl tecrübeye sahip olanlara göre ($x=3,98$) ve 12 yıl ve üstü ($x=3,99$) tecrübeye sahip olanlara göre daha düşük bir kariyer algısı eğilimindedirler. Ayrıca kariyer değişimi bağımlı değişkeni ile tecrübe yılları arasında anlamlı farklılığın 3 yıl ve altında ($x=4,13$) tecrübeye sahip katılımcılar, 8-11 yıl ($x=3,63$) tecrübeye sahip katılımcılara göre daha fazla kariyer değişimi eğilimindedirler. Bu durum aşıcılık mesleğine yeni giren grubun kariyer

değişimi ve gelecekte mesleki gelişimi konusunda daha fazla beklenti ve hedefleri olduğunu göstermektedir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Günümüzde televizyonlarda yayınlanan yemek programlarında ünlü şeflerin yer alması ve aşıcılık mesleğinin ününün artması genç kuşağı, mutfak departmanlarında çalışmaya özendirilmiş (Pratten, 2003a; Pratten, 2003b) ve mutfaklarda y kuşağı çalışanları yerini almaya başlamıştır. Bu y kuşağı mutfak çalışanlarının kariyer planları ve beklentilerinin ortaya konması hem mutfak çalışanlarının hem de işletmelerin başarısında önemli rol oynamaktadır. Bundan dolayı y kuşağı çalışanlarının kariyer planlamaları ve beklentilerinin belirlenmesi çalışmanın temel

amacını oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında kolayda örneklem yöntemi ile İstanbul ilinde 8 adet beş yıldızlı otelde 250 y kuşağı mutfak çalışanından anket yöntemi ile veriler toplanmıştır. Alanyazında turizm ve otelcilik sektörü içerisinde kariyer planlaması ile ilgili çalışmaların sayısı artış göstermesine rağmen (Kurnaz ve diğerleri; 2014 Ahmetoğulları ve Güneş, 2017; Işık ve diğerleri; 2018; Önesen ve Topaloğlu, 2018; Özdemir ve Önçel; 2019; Eren, 2019) y kuşağı mutfak çalışanlarının kariyer planlamasını araştıran bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle araştırma kapsamında elde edilen bulgular teoriye katkı sağlamaktadır.

Araştırma sonuçlarına göre kariyer algısına yönelik gerçekleştirilen açımlayıcı faktör analizinde en yüksek ortalama değerler “Mutfakta bilgi teknolojileri açısından donanımlı olmam, gelecekteki hedeflerime katkı verecektir”, “Gelecekte mutfakta alanımla ilgili teknik bilgiye ileri düzeyde sahip olmak istiyorum” ($X=4,14$) ifadeleri almıştır. Bu durum Brown (2013)’de ifade ettiği gibi Y kuşağının teknolojik yeniliklerin takibine ve kariyer gelişimlerine önem verdiğini göstermektedir.

Y kuşağı mutfak çalışanlarının cinsiyetlerine göre kariyer algıları ve kariyer değişimleri arasında ($P>.05$) bir farklılık bulunamamıştır. Fakat ilgili alanyazın incelendiğinde cinsiyet değişkeni ile kariyer algısı arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir (Akdemir ve diğerleri, 2013; Ahmetoğulları ve Güneş, 2017) . Yine kariyer değişimi ile cinsiyet değişkeni arasında da anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir (Ahmetoğulları ve Güneş, 2017) . Bu nedenle araştırma sonucu alanyazınla farklılık göstermektedir. Diğer bir yandan medeni duruma göre kariyer algısı farklılık göstermektedir. Y kuşağı mutfak çalışanlarından bekâr olanlar ($x=4,02$), evlilere göre ($x=3,74$) daha fazla kariyer hedeflerine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum bekâr mutfak çalışanlarının aile sorumlulukları olmadığı ve kariyer planlamalarında kendi başına daha özgür karar almalarına bağlanabilir. Fakat evli kadın aşçıların annelik görevi ve aile sorumluluklarından dolayı kariyer planlamalarında zorluk yaşamaktadırlar (Haddaji ve diğerleri, 2017). Kariyer değişiminin ise y kuşağı mutfak çalışanlarının medeni durumlarına göre değişmediği belirlenmiştir.

Y kuşağı mutfak çalışanlarının kariyer algılarının, yaşlarına göre değişim göstermediği tespit edilmiştir. Bu kapsamda y kuşağı içinde farklı yaşlarda olan mutfak çalışanlarının kariyer algıları benzerlik göstermektedir. Bu sonuç Büyükyılmaz, Ercan ve Gökerik (2016)’nın çalışma sonucunu desteklemektedir. Fakat Ahmetoğulları ve Güneş (2017) ve Akdemir ve diğerleri (2013)’nin bulgularından farklılık göstermektedir. Ayrıca mutfak çalışanlarının kariyer değişimleri ile yaş grupları arasında ise anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Y kuşağı çalışanlarının kariyer değişikliğini sık olarak gerçekleştirmeleri göz önüne alınırsa (Acioğlu,2015) bu sonuç alanyazını desteklemektedir.

Araştırmanın bir diğer sonucu da y kuşağı mutfak çalışanlarının kariyer algıları ve kariyer değişimlerinin sahip olduğu eğitim durumuna göre değişmemektedir. Bu sonuç Akdemir ve diğerleri (2013)’nin araştırma sonucu ile paralellik göstermektedir. Son olarakta y kuşağı mutfak çalışanlarının kariyer algıları ve değişimleri ile iş tecrübelerine göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Özellikle mutfak alanında az iş tecrübesine sahip olan y kuşağı aşçıları daha fazla kariyer değişikliği gerçekleştirmektedir. Mutfak alanında yeni işe başlamış personele mesleği sevdirmek ve kariyer değişiminin önüne geçmek için deneyimli personellere önemli görevler düşmektedir. Tecrübeli personeller, y kuşağı çalışanları ile sorumluluklarını paylaşarak, onların iş yerinde kendini önemli hissetmelerini sağlamalıdır. Ayrıca y kuşağı çalışanlarına mentörlük yaparak onların kariyer planlamalarına yardımcı olabilirler ve onlara çalıştıkları iş yerinin bir parçası olduğunu hissettirmek için piknikler, akşam yemekleri ve çeşitli spor etkinlikleri düzenleyebilirler (Gursoy ve diğerleri, 2008).

Bu çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Bu çalışma İstanbul’da 8 tane beş yıldızlı otelin y kuşağı mutfak çalışanının görüşleri ile sınırlıdır. Bundan sonraki çalışmalar için İstanbul’da daha fazla beş yıldızlı otel dâhil edilerek örneklem genişletilebilir. Ayrıca farklı şehirlerde ve x kuşağı aşçıları ile de araştırmalar gerçekleştirilebilir ve bunun sonucunda y kuşağı ile x kuşağı aşçıların kariyer planlamaları ve beklentileri arasındaki benzerlikler / farklılıklar ortaya konabilir.

KAYNAKÇA

- Acar, R. ve Özdaşlı, K. (2017). Bireysel kariyer planlama yapmanın öğrenci başarısı üzerinde etkisi: SBMYO öğrenci üzerine bir araştırma. *Mehmet Akif Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (21), 302- 314.
- Akdemir, A., Konakay, G., Demirkaya, H., Noyan, A., Demir, B., Ağ, C., Pehlivan, Ç., Özdemir, E., Akduman, G., Eregez, H., Öztürk, İ. ve Balcı, O. (2013). Y kuşağının kariyer algısı, kariyer değişimi ve liderlik tarzı beklentilerinin araştırılması. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 1142-1554.
- Altuntuğ, N.(2012). Kuşaktan kuşağa tüketim olgusu ve geleceğin tüketici profili. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1), 203-212.
- Acıloğlu, İ.(2015). *İş'te Y Kuşağı*. Elma Yayınevi: Ankara.
- Ahmetoğulları, K. ve Güneş, M. (2017). MYO öğrencilerinin kariyer planlaması: Hilvan örneği. *International Journal of Academic Value Studies*, 3 (13), 166-177.
- Akdemir, A., Karagöz, A., Salihoğlu, G., Konakay, G., Adalı, P., Koçyiğit, E., Zaimoğlu, Ö. (2015). Meslek yüksekokulu öğrencilerinin kariyer planlarının motivasyon düzeylerine etkilerinin araştırılması. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 53-90.
- Akgeçici, T. ve Kalfaoğlu, S.(2018). X ve y kuşakların kariyer uyum yetenek düzeylerini belirlemeye yönelik bir araştırma: Lise öğretmenleri örneği. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 8 (2), 231-247.
- Bekmezci, M.(2017). Nesillerin karşılaştırılması ve iş dünyasında 'Y' kuşağına kuramsal bir bakış. *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(7), 101-111.
- Büyükyılmaz, O., Ercan, S. ve Gökerik, M. (2016). Öğrencilerin kariyer planlama tutumlarının demografik faktörler açısından değerlendirilmesi: Karabük üniversitesi işletme fakültesi öğrencileri üzerine bir araştırma, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmalar Dergisi*, (7), 2065-2076.
- Brown, M.(2013). Y kuşağı inovasyon araştırması, http://www.deloitteegitimvakfi.org.tr/UserFiles/Documents/Y_Kusagi_Inovasyon.pdf, Erişim Tarihi: 20.06.2019.
- Can, H., Kavuncubaşı, Ş. ve Yıldırım, S. (2009). *Kamu ve Özel Kesimde İnsan Kaynakları Yönetimi*. Ankara: Siyasal Yayınevi.
- Çavuş, Ş. ve Kaya, A.(2015). Turizm Lisans Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer Planları ve Turizm Sektörüne Yönelik Tutumu. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*.4(5):102-117.
- Çiftçi B. (2011). Kariyer Planlama. (Ed.Uğur Dolgun). İnsan Kaynakları Yönetimi: Bursa: Ekin Basın Yayın Dağıtım
- Dessler, G. (2013). *Human Resource Management*. Thirteenth Edition. USA: Prentice Hall.
- Deloitte (2017). Y kuşağının artık sadece beklentileri değil, kaygıları da yüksek, <https://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/about-deloitte/articles/deloitte-y-kusagi-arastirmasi-2017.html>, Erişim Tarihi: 25.06.2019.
- Eren, R.(2019). Yiyecek ve içecek müdürlerinin kariyer basamakları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 169-184.
- Ergün, Ö, D.(2013). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını: Eskişehir.
- Ertürk, M. (2011). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Fox, A. (2011). Mixing it up, <https://www.shrm.org/hr-today/news/hr-magazine/pages/0511fox.aspx>, Erişim Tarihi:13.07.2019.
- Göktaş, P.(2017). Kuşakların kariyer yaklaşımları ile ilişkilendirilmesine yönelik bir çalışma. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (KAÜİİBFD)*, 8(6), 373-393.
- Güzel, T., Akdağ, G., Güler, O. ve Şener, S. (2014). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizmde Kariyer Algılamaları: Çanakkale, Mersin ve Kıbrıs'ta Bir Araştırma. 3.Doğu Akdeniz Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 18 Nisan 2014, Mersin, s.176-187.
- Gursoy, D., Maier, T.A. ve Chi, C.G.(2008). Generational differences: An examination of work values and generational gaps in the hospitality workforce. *International Journal of Hospitality Management*, 27, 448-458.
- Harbalıoğlu, Ü. ve Ünal, İ.(2014). Aşçılık programı öğrencilerinin mesleki tutumlarının belirlenmesi: Ön lisans düzeyinde bir uygulama. *Turizm Akademik Dergisi*, 1(1),57-67.

- Haddaji, M., Albors-Garrigos, J. ve Garcia-Segovia, P.(2017). Women chefs experience: kitchen barriers and success factors. *Internatinonal Journal of Gastronomy and Food Science*, 9, 49-54.
- Hair J. F., Black, W., Babin, J., Anderson, R. E. ve Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis*. Altıncı Baskı. New Jersey: Prentice Hall.
- Işık, N., Pektaş, Ç. ve Atılğan, E. (2018). Turizm ön lisans eğitiminde kariyer planlaması: Gaziantep örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 10-20.
- İstanbul Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2018). İstatistikler, Turizm Belgeli Tesisler, <https://istanbul.ktb.gov.tr/TR-172646/turizm-belgeli-tesisler.html>, Erişim Tarihi. 20.06.2019.
- Kalaycı, Ş. (2008). *SPSS Uygulamaları Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın.
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kozak, M. A. ve Kızıllırmak, İ. (2001). Türkiye’de Meslek Yüksekokulu Turizm Otelcilik Programı Öğrencilerinin Turizm Sektörüne Yönelik Tutumlarının Demografik Değişkenlere Göre Değişimi: Anadolu, Akdeniz ve Karadeniz Teknik Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *Anotolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12: 9-16.
- Kozak, M. A. ve Kızıllırmak, İ. (2001). Türkiye’de Meslek Yüksekokulu Turizm Otelcilik Programı Öğrencilerinin Turizm Sektörüne Yönelik Tutumlarının Demografik Değişkenlere Göre Değişimi: Anadolu, Akdeniz ve Karadeniz Teknik Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *Anotolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12: 9-16.
- Koç, M., Öztürk, L. ve Yıldırım, A. (2016). An empirical study on the generation X and Y for determining organizational commitment differences. *Global Business Research Congress*, 2, 69-78.
- Konakay, G. (2018). Y kuşağı değerlerinin kariyer tercihleri açısından incelemesi. *Journal of Entrepreneurship and Development*, 13(1), 79-92.
- Kocabey, U. (2010). *İşletmelerde performans değerlendirme, geri bildirim, kariyer planlama ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkilere yönelik bir araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gebze İleri Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- Kurnaz, A., Kurnaz, H.A. ve Kılıç, B. (2014). Ön lisans düzeyinde eğitim alan aşçılık programı öğrencilerinin mesleki tutumlarının belirlenmesi. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32, 41-61.
- Manzoori- Stamford, J.(2013). Loving Life in Hospitality, <https://www.thecaterer.com/articles/345455/loving-life-in-hospitality-andrew-scott-host-contract-management>, Erişim Tarihi: 15.06.2019.
- Metin, S. ve Kızıldağ, D. (2017). X ve Y kuşaklarının kariyer beklentilerinin farklılaşması: Otomotiv sektöründe bir araştırma. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,40, 340-363.
- Önesen, F. ve Topaloğlu, C. (2018). Otel çalışanlarının mesleki ve gelecek beklentilerine yönelik bir araştırma: Antalya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 40-59.
- Özdemir, N. ve Önçel, S.(2019). Gastronomi ve mutfak sanatları bölümü lisans öğrencilerinin sektöre yönelik algılarının kariyer yapma niyetlerine etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1159-1176.
- Öztemel, K.(2019). Kariyer Planlama ve Geliştirme. Ankara: Pegem Akademi.
- Öztürk, Y. ve Görkem, O.(2012). Aşçılık eğitimi yeterliliğini etkileyen faktörlerin değerlendirilmesine yönelik bir araştırma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2,113-129.
- Perçin, N.Ş. ve Çetin, B.(2014). Kariyer Yönetimi. N.Ş.Perçin, Güzel, B, Tükeltürk, Ş. A(Ed.). *İçinde Turizm İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi ve Uygulamaları* (ss.165-181). İstanbul: Beta Yayınları.
- Prattern, J. D. (2003a). The training and retention of chefs. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(4), 237-242.
- Prattern, J. D. (2003b). What makes a great chef. *British Food Journal*, 105 (7), 454-459.
- Reeves, T. C. ve Oh, E. (2008). Generational Differences. İçinde: J.M. Spector, M.D. Merrill, J. Van Merrienboer, M. P.Driscoll (Ed.), In Handbook of Research on Educational Communications and Technology, New York: Taylor & Francis Group, ss. 275-290.
- Saxena, P. ve Jain R. (2012). Managing career aspirations of generation Y at work place.

International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering, 2 (7), 114 -118.

Sipahi, B., Yurtkoru, E. S. ve Çinko, M. (2008). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. İstanbul: Beta Yayınevi.

Sheahan, P.(2009). *Generation Y: Thriving and surviving with generation Y at work*, New York: Hardie Grant Books.

Tavşancıl, E. (2014). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Nobel Yayınevi.

Taşlıyan, M., Arı, N. ve Duzman, B. (2011). İnsan kaynakları yönetiminde kariyer planlama ve kariyer yönetimi: İİBF öğrencileri üzerinde bir alan araştırması. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 231-241.

Tekin, H. (2000). *Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme*. Ankara: Yargı Yayınları.

Temeloğlu, E. ve Aksu, M .(2016). Turizm eğitimi alan öğrencilerin kişilik özelliklerinin turizmde kariyer yapma istekleri üzerinde etkisi: Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi Örneği. *The Journal of International Social Research*, 9 (43), 1513-1521.

Türk, E. T. (2013). Kuşak kuşak teknoloji ve sosyal hayat, <http://isfam.org/kusak-kusak-teknoloji-ve-sosyalhayat/>, Erişim Tarihi: 13.07.2019.

Tyler, K. (2007). The Tethered Generation, <https://www.shrm.org/hr-today/news/hr-magazine/pages/0507cover.aspx>, Erişim Tarihi: 13.07.2019.

Ural, A.ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Ünsal, P.(2014). *Kariyer Gelişim Kuramları ve Kariyer Danışmanlığı*.Ankara: Nobel Yayıncılığı.

Yaprak, Ş., Hotamışlı, M., ve Gerek, M.(2010). Örgütsel kariyer yönetimi: Tekstil işletmelerinde bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakülte Dergisi*, 15(1), 399-421.

Yılmaz, G., Erdem, Ö. ve Arman, A.(2018). Şef adaylarının niteliklerine ilişkin mutfak şeflerinin görüşleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 273-294.

Yılmaz, Ö., Yılmaz, Y. ve Yılmaz, Ö.(2013). *Yiyecek İçecek İşletmeciliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Zopiatis, A., Kyprianou, G., ve Pavlou, I.(2011). Occupational challenges facing chefs: The case of Cyprus. *Journal of Quality Assurance in Hospitality Tourism*, 12 (2), 104-120.

Zvikaite-Rotting, O. (2007). Generation Gap: Resolving Conflicts Between Generations,<https://pdfs.semanticscholar.org/0bc8/a6bf879ea4a108eced1b24c8203bf220856c.pdf>, Erişim Tarihi:10.06.2019.

Wang, Y. F. ve Tsai, C. T. S. (2012). Analysis of career competency of food and beverage managers in international tourist hotels in Taiwan. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 612–616.



**TARIM TURİZMİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR KIRSAL KALKINMA AÇISINDAN ÖNEMİ:
BODRUM MANDALINA BAHÇELERİ ÖRNEĞİ**

Araştırma Makalesi

Muharrem TUNA¹, Şaban KARGİGLİOĞLU², Demet AĞAOĞLU³

ÖZET

Türkiye bulunduğu coğrafya itibarı ile verimli tarım topraklara, zengin kültürel mirasa, farklı örf ve adetlere sahip olması sayesinde tarım turizminden faydalanarak sürdürülebilir kırsal kalkınma hedefine ulaşabilir bir ülke olarak göze çarpmaktadır. Çalışma alanı olarak, gerek günümüzde önde gelen turizm merkezlerinden biri olması dolayısıyla gerekse geçmişte balıkçılık, süngerçilik, sebze yetiştiriciliği, narenciye yetiştiriciliği ve hayvancılığın geçim kaynakları olması sebebiyle tarım turizmini kapsayan turizm faaliyetlerinin on iki aya yayılmasının hedeflendiği Muğla ilinin Bodrum ilçesi seçilmiştir. Araştırma yöntemi olarak yarı yapılandırılmış mülakat soruları kullanılmıştır. Sorular, sivil toplum kuruluşu çalışanlarına ve gönüllülere sorulmuştur. Çalışmanın amacı, Bodrum'da faaliyet gösteren sivil toplum örgütlerinin Bodrum mandalinasının tarım turizmi potansiyeline yönelik görüşlerini almak ve sürdürülebilir kırsal kalkınma açısından değerlendirmektir. Sonuçlar, Bodrum mandalinasının katma değeri arttıkça üretimden vazgeçme oranında düşüş yaşanacağını göstermektedir. Coğrafi işaret tescili bulunan Bodrum mandalinası ile ilgili yapılan bilimsel çalışmaların artması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kırsal kalkınma, Tarım turizmi, Bodrum, Sürdürülebilir turizm.

JEL Kodları: R51, O13, Q56

**THE IMPORTANCE OF AGRICULTURAL TOURISM IN TERMS OF SUSTAINABLE RURAL
DEVELOPMENT: THE CASE OF BODRUM MANDARIN GARDENS**

Research Article

ABSTRACT

Turkey stands out as a country that can reach the goal of sustainable rural development, benefiting from agricultural tourism due to fertile lands found in its geography, rich cultural heritage, and having different customs and manners. As one of leading touristic destinations, Bodrum county, a part of Muğla province, where fishing, sponge hunting, farming, citrus growing and stockbreeding have been main sources of livelihood and where touristic activities are distributed over the course of the year, has been chosen as a field of study. As a research method, semi-structured

¹ Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, muharremtuna@hotmail.com, orcid.org/0000-0001-5526-7122

² Dr., Sinop Üniversitesi, Gerze Meslek Yüksekokulu, skargiglioglu@gmail.com, orcid.org/0000-0002-8952-7225

³ Doktora Öğrencisi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, dagaoglu.d@gmail.com , orcid.org/0000-0003-1225-975X

“Bu makale 20-22 Eylül 2018 tarihlerinde Kocaeli’de düzenlenen “Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi”nde sunulan ve bildiriler kitabında yer alan bildirinin geliştirilmiş halidir.”

“Tuna M., Kargiglioğlu Ş. ve Ağaoğlu D. (2020). Tarım Turizminin Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma Açısından Önemi: Bodrum Mandalına Bahçeleri Örneği, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, Vol 4: No: 1, p. 31-47, doi: 10.30625/ijctr.654430”

interview questions were asked to non-governmental organization employees and volunteers. The aim of the study is to evaluate the potential of agricultural tourism from the Bodrum mandarin in terms of rural development by taking the point of views from NGOs operating in Bodrum. As a result, a decrease in rate of giving up on citrus production is expected, as the added value increases. Also, the number of scientific studies focusing on Bodrum Mandarin, which has a geographical indication tag, should be increased.

Keywords: Rural development, Agro-tourism, Bodrum, Sustainable tourism.

JEL Classification Code: R51, O13, Q56

GİRİŞ

Türkiye’yi ziyaret eden turistlerin genel olarak profiline bakıldığında, kitle turizmi yani gezi, eğlence (deniz, kum, güneş) ağırlıklı tatili tercih ettiği görülmektedir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü’nün son yayımlanan turizm raporuna göre, 2019 yılında dünyayı gezen turist sayısı 1.5 milyar kişiyi aşmıştır (UNWTO, 2020). 2019 yılında Türkiye’ye, 51.7 milyon kişi turizm faaliyetlerine katılmak üzere gelmiş ve 34.5 milyar dolar harcama yapmıştır (TÜRSAB, 2020). Türkiye’de turizm, döviz girdisini arttıran, istihdama katkı sağlayan, cari açığı kapatmada kullanılan, uluslararası düzeyde toplumsal ve kültürel iletişim sağlayan bir sektördür. Turizm faaliyetlerine katılan kişilerin yıllar içinde kitle turizminden bireysel turizme yöneldiği gözlemlenmektedir. İlk başta, inanç, spor, sağlık, eğitim ve sonrasında deniz-kum-güneş odaklı turizm hareketliliğine katılan bireylerin daha sonra kültür turizmi ve alternatif turizm türlerini seçtikleri görülmektedir. Son zamanlarda, doğaya ve doğal hayata hasret duyan kişiler için turizm çeşitlerine yenileri eklenmiştir.

Tarım ile turizmin ortak özelliklerde olmaları birbirlerini tamamlar nitelikte olduklarını göstermektedir. Bu sektörlerin birbirleri ile olan ilişkisi, insanların doğal yaşama duydukları özlem ve kaynakların gün geçtikçe azalması tarım ve turizmi bir paydada toplayan tarım turizminin doğmasına sebep olmuştur. Kaynakları koru, kullan felsefesi ile süregelen tarım turizmi, tarımsal alanlara zarar vermeden gerçekleştirilen bir turizm çeşidini ifade etmektedir (Civelek vd., 2014). Tarım turizmi, çevresel açıdan sürdürülebilir olmasından ziyade sosyo-kültürel açıdan da sürdürülebilirlik sağlamaktadır. Yerel değerleri deneyimlemek amacıyla seyahat eden turistler, seyahat ettikleri bölgelerdeki değerlere saygı duyarak uyum sağlamaktadırlar. Bu durumun, yerel halk açısından da faydalı olduğu düşünülmektedir. Geleneksel olarak yapılamakta

olup unutulmaya yüz tutan el sanatlarının, ekmek yapımının, yöresel yemeklerin ve zanaatların yeniden talep edilmesiyle birlikte tekrar yaygınlaşma şansı bulunmaktadır.

Artık turistler kendilerinin de aktif olarak içerisinde bulunabileceği, kültürel açıdan bilgi sahibi olabileceği ve üretimde yer alabileceği tarım turizmi gibi alternatif turizm türlerine daha fazla önem vermektedir (Akkaşoğlu vd., 2019). Turizmde tüketici tercihleri değişmesiyle, dünyadaki değişime paralel olarak Muğla’ya gelen turistler de doğal ortamlarda, yörenin kültürel değerlerini inceleyebilecekleri, yaşam biçimini deneyimleyebilecekleri, kırsalda kaliteli zaman geçirebilecekleri ürünleri talep etmeye başlamışlardır. Bu kapsamda Bodrum ilçesi, sahip olduğu mandalina bahçeleriyle avantajlı bir konum elde etmiştir ve yaklaşık on yıldır Bodrum Mandalina Bahçelerinin tarım turizmi kapsamında değerlendirilmesi kamuoyunun gündemini meşgul etmekte olduğu görülmektedir. 2023 Turizm Stratejisinde Antalya, Muğla ve Aydın kıyı kesimlerinde deniz-kum-güneşten oluşan kitle turizmine yönelik tatil turizminin doyum noktasında olması nedeniyle, bu alanlarda; turistleri otelden çıkararak ikincil harcamaları artıracak, mevcut tesislerin on iki ay çalışmasını sağlayacak, turizm bölgesi açısından kıyı turizmi yanı sıra marka oluşumuna katkı verecek etkinliklerin özendirilerek planlanacağı ifade edilmektedir (Turizm Stratejisi Raporu 2023 Eylem Planı, 2007).

Bodrum, Ortaca, Fethiye, Dalaman ve Dalyan ilçelerinde yaygın bir şekilde narenciye tarımı (portakal, limon, mandalina, greyfurt) yapılmaktadır. Bodrum mandalina bahçeleriyle ilgili olarak 22-24 Aralık 2017 tarihli Mandalina Şenlikleri dâhilinde ‘Bodrum Mandalinası’ bahçelerinin sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla 22 Aralık 2017 tarihinde ‘Bodrum Mandalinası Bahçelerinin Sürdürülebilirliği Çalıştayı’ ve ‘Bodrum Mandalinası Bahçelerinde

Agro-turizm Paneli” gerçekleştirilmiştir. Çalıştay ve panel içeriği ile katılımcılar Muğla Sürdürülebilir Kalkınma Derneği tarafından belirlenmiş, sonuç raporu yine adı geçen dernek tarafından hazırlanmıştır. Muğla Sürdürülebilir Kalkınma Derneği, Bodrum Ziraat Odası, Bodrum Belediyesi işbirliğiyle düzenlenen Çalıştay on üç panel, sekiz oturumda gerçekleşmiştir. Her iki etkinliğin sonucunda Bodrum mandalinasından katma değer yaratacak ürünler geliştirilmedikçe mandalina bahçelerinin sürdürülebilirliğinin sağlanamayacağı, ivedikle konuyla ilgili projeler üretilmesi gerektiği değerlendirilmiştir.

Bu araştırmanın amacını, Bodrum’da bulunan mandalina bahçelerinin tarım turizminin sürdürülebilir kırsal kalkınma odaklı kullanımına dair sivil toplum kuruluşlarında çalışanların ve gönüllülerin görüşlerinin belirlenmesi oluşturmaktadır. Yüz yüze yapılan görüşmelerde elde edilen veriler, bulgular ve sonuç kısmında değerlendirilmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın bu bölümünde; Tarım turizmi, Türkiye’de ve Dünya’da tarım turizmi uygulamaları, Kırsal kalkınma, Sürdürülebilir kırsal kalkınma ile literatür incelemesine yer verilmiştir.

Tarım Turizmi

Hodur vd., (2008)’ Turistlerin doğa temelli olarak gerçekleştirdikleri turizm faaliyetlerinin, çoğunlukla tarım, çiftlik ve yaban hayatına yönelik olarak gerçekleştirilen faaliyetlerden oluştuğunu belirtmektedirler. Tarım turizmi ve çiftlik turizmi, kırsal gelişim ve gelecek nesiller için oldukça önemli bir katalizör görevi görmektedir. Buradan hareketle tarım turizminin doğal kaynakların zarar görmesini engelleyeceği ve sürdürülebilirliğe katkı sağlayacağı düşünülmektedir (Hodur vd., 2008). Dünyada yaşanan tahribatlar ile birlikte şehirlerde meydana gelen çevre ve hava kirliliği, kalabalık ve gürültü sonucunda turist profili ve turizm talebi değişmiş ve tarım turizmine olan ilgi artmıştır. Tarım turizmine yönelik faaliyetler ziyaretçilerin tarımla ilgili bilgi sahibi olmalarını ve hoş bir vakit geçirmelerini sağlarken, üreticiler yani çiftçiler için ekonomik bir gelir kaynağı oluşturmaktadır (Şekerli, 2018).

Agro-turizm kavramı etimolojik açıdan incelendiğinde tarım ve turizm kelimelerinin

birleşiminden meydana geldiği görülmektedir (Sznajder vd., 2009). Agri turizm ya da agro-turizm olarak da isimlendirilen tarım turizmi, tarımsal üretimin fazla olduğu yörelerde uygulanan bir turizm çeşididir. Tarım turizminin bu özelliği, üreticilere ek gelir kaynağı yaratmasıdır (Küçükaltan, 2002). Amerikan Çiftlik Federasyonu (American Farm Bureau Federation) tarım turizmini, ekili arazilere veya çiftliklere gelen ziyaretçilere (tarım turisti) kar elde etmek amacıyla hizmet veren ve kaliteli zaman geçirmelerini sağlayan işletmeler olarak ifade etmektedir. Tarım turizmi ile herhangi bir tarım işletmesine eğlenme, eğitim veya işletmedeki faaliyetlerle ilgili olan etkinlikler amacıyla yapılan ziyaretler anlatılmaktadır. Bu ziyaretler ayrıca işletmenin ekonomik sürdürülebilirliğine de katkı sağlayabilmektedir (Ryan vd., 2006).

Karakaya (2017)’nın tanımlamasına göre;

“*Tarım turizmi, temel olarak küçük çiftlikler olmak üzere, çiftçilere ek gelir sağlamak amacıyla bağ, bahçe, tarla, ahır, ağıl, kümes vb tarımsal üretim alanları ile küçük ölçekli ve geleneksel gıda işleme tesisleri gibi faaliyet alanlarını ziyaret etmek, günlük işlerine katılmak, çiftlik evinde geceleme, gezinme, eğlenme, alış veriş yapmak ve bazen de eğitim almak gibi aktivitelerin bir veya birkaçını kapsayan bir turizm şeklidir*” (Karakaya, 2017).

Tarım turizminin belirgin özelliklerinden bazıları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Dorobantu ve Fieldsend, 2011: 49):

- Konaklama, yiyecek-içecek, rekreasyon ve ulaşım maliyetlerinin oldukça düşük olması,
- Bozulmamış ekosisteme ve sakin bölgelere seyahat etme fırsatı tanır,
- Turistler geldikleri yerde ulaşamadıkları organik yiyecek-içecekleri tüketme ve satın alma imkanına kavuşurlar,
- Turistlerin, tarımsal faaliyetleri bizzat deneyimlemelerine imkân tanınır,
- Kırsal kesimdeki insanların sahip oldukları gelenek-görenekleri, el sanatları ve yaşam tarzı konusunda bilgi sahibi olunur,
- Turistlerin ziyaret ettikleri bölgelerde, o bölgeye ait gibi davranmalarına olanak tanınır,
- Doğal hayatın sunmuş olduğu özellikteki faaliyetlere katılma olanağı sağlar,

- Tarım turizmi gerçekleşirken eş zamanlı olarak çiftçilik faaliyetleri de devam eder,
- Tarım turizmi, tarımın gerçekleştiği süreçte devam ettiğinden sezon olarak sıkıntı olmamaktadır,
- Sadece tarım sektörünü değil, tarım ve turizmle ilgili olan tüm işkollarındaki faaliyetlerde hareketlilik sağlanır.

Türkiye’de tarım turizmi konusunda en önemli örgütlenme Buğday Derneği’nin Tatuta (Tarım-Turizm-Takas) “Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi ve Gönüllü Bilgi, Tecrübe Takası” projesi sonucunda geliştirilmiştir. Proje Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP), Küresel Çevre Fonu (GEF), Küçük Destek Programı (SGP) ve diğer bazı yerel sponsorlar tarafından fonlanmıştır. Projenin asli amacını Türkiye’deki ekolojik tarım yaparak hayatlarını sürdüren çiftçi ailelerine ekonomik, gönüllü işgücü, ve bilgi desteği sağlayarak ekolojik tarımı teşvik etmek ve onu sürdürülebilir kılmayı hedeflemektedir. Projede, ekolojik üretimin teknik, pazarlama, sosyal, çevresel vs. boyutlarında bilgi/ilgi sahibi kişilerin, çiftlik ve işletmelerde bilgi, deneyim ve/veya işgüçlerini paylaşırken yiyecek, içecek ve

barınma ihtiyaçları çiftlik tarafından karşılanmaktadır. Projeye destek veren gönüllüler hem sosyal bir kaynaşmaya hem de yereldeki gerçek tecrübeye ve bu tecrübeye dayalı bilgiye ulaşmaktadır. Proje ECEAT (European Center for Eco-AgroTourism / Avrupa Ekolojik Tarım Turizmi Merkezi) ve WWOOF (Willing Workers on Organic Farms / Ekolojik Çiftliklerde Gönüllü İşçiler) örgütleriyle işbirliği yapılarak yurtdışı tanıtım desteği sağlanmaktadır.

Proje kapsamında, tarım turizmi yapan, kendilerini ekolojik tarıma adanmış çiftçilere, ekolojik üretime devam etmeleri adına ek maddi destek verilmektedir. Turistlerin konaklamalarını, çiftçi ailelerin evinde yapması ve ailelerin turistlerle sofralarını paylaşması, kültürler arası alışverişini sağlamanın yanında, tüketici-üretici arasındaki ilişkilerin şeffaflaşması ile bireylerin ekolojik döngülere ve birbirlerine karşı sorumluluk bilincinin gelişmesine de destek olunmaktadır. Organizasyonda Ekim 2018 itibarı ile yaklaşık 100 tesis bulunmaktadır (www.tatuta.org) Organizasyona bağlı kuruluşların Türkiye’deki dağılımı aşağıdaki haritadan incelenebilir.



Şekil 1. Tatuta Çiftliklerinin Türkiye’deki Dağılımı

Kaynak: TaTuTa, <http://www.tatuta.org/?p=0&lang=tr>.

Türkiye’de Tarım turizmi yapan işletmelerin sayısı turizmde yaşanan tüketici tercihlerindeki değişikliklere paralel olarak artmaktadır. Doğayla

dost, çevreye karşı sorumlu, daha azla yetinmeyi bilen, gösterişten hoşlanmayan, doğal yaşamı seven, farklı kültür ve coğrafyayı tanımaya ve

deneyimlemeye hevesli, stresten uzak tatil geçirmek isteyen turistlere hizmet veren bazı işletmeler aşağıda sunulmuştur:

- Pastoral Vadi Organik Tarım ve Ekolojik Yaşam Çiftliği organik tarım, ekolojik yaşam ve tatil olgularının birlikte değerlendirildiği, ekolojik mimari yaklaşımıyla tasarlanmış taş, ahşap ve kerpiç evlerde yılın on iki ayı konaklama olanağı sağlamaktadır. Pastoral Vadi'yi ziyaret eden turistlere, çiftlikte organik olarak üretilen veya "Organik Tarım Üreticileri Birliği" üyelerinin bahçe ve tarlalarından toplanan ürünlerden, yöresel geleneksel yöntemlerle hazırlanan yemekler sunulmaktadır (Kılıç ve Kurnaz, 2010).
- Latif Yalçiner Çiftliği, Kemaliye ile Apçağa Köyü arasında yer almaktadır. Meyve bahçelerinin de bulunduğu üç evde yirmi iki kişi ağırlanabilmektedir. Mart-Kasım ayları arasında yaklaşık yüz farklı bitki toplanıp kurutularak "zetrin" adındaki baharat yapılmaktadır.
- Gağgı Çiftliği, İzmir'in Bayındır ilçesinde Sarıyurt köyünde bulunan Karlık dağında 850 metre rakımda 2010 yılında ortaklaşarak 50 dönümlük bir arazide kurulmuştur. Çiftlikte, farklı dil, din ve ırktan insanların birlikte bir yaşam sürdürdüğü görülmektedir. Yüzlerce yıllık anıt özelliğe sahip ağaçlar ile çevrili Gağgı Çiftliği'nde, teknoloji ve paranın sadece ihtiyaç halinde kullanılarak yaşam idame ettirilmeye çalışılmaktadır. Çiftlikte yetiştirilen ürünler, gelen ziyaretçiler ile paylaşıldığı gibi kalan ürünlerin kurutularak kış için saklandığı belirtilmektedir.
- Marmariç Ekolojik Çiftliği, örnek sürdürülebilir bir yerleşim yeri olarak, Ege Bölgesi'nde İzmir'in Bayındır ilçesinin Dernekli köyüne bağlı Mersinli mevkiinde kurulmuştur. Çiftlikte, sivil toplum kuruluşlarında çalışmış ve mimar olan ev sahipleri, kiraz, elma, üzüm, zeytin, sebze, ceviz, badem, meyve çeşitlerini yetiştirmektedir. Yetiştirdikleri ürünlerden, pekmez, zeytinyağı ve sabun yapmaktadırlar. Ayrıca çiftlikte, alternatif enerji türleri ve ekolojik tarım yöntemleri uygulanmaktadır.
- Balabanağa Çiftliği, Kastamonu'nun Daday ilçesinde yaklaşık 400 dekar tarım arazisi üzerinde bulunmaktadır. Çiftlikte Kastamonu'ya has antik siyez buğdayı, elma,

armut, erik, ahlat, alıç, ayva vb. gibi birçok ağaçtan yararlanılmakta ve Karadeniz ikliminde yetişen birçok sebze yetiştirilmektedir. Çiftlikte büyükbaş hayvanlar ve kümes hayvanları bulunmakta olup yoğurt, süt, peynir ve yumurta çiftlik hayvanlarından sağlanmaktadır. Balabanağa Konağı 1636 yılında yapılmıştır. Her biri 400 yıldan daha eskiye dayandığı bilinen çeşme, tarihi Türk hamamı, tahıl ambarı gibi ek üniteleri ile birlikte günümüze çevre ve doğal etkilerden en az zararı görerek gelmiştir. Balabanağa Çiftliği'nde Anadolu'nun geleneksel misafir ağırlama adetleri sürmektedir.

- Narköy, İstanbul'a 90 dakika mesafede Karadeniz kıyısında eğitim merkezi ve organik tarım çiftliği olarak kurulmuştur. Hayvanlar, insanlar ve bitkiler olarak doğal döngü devam ettirilmeye çalışılmaktadır. Narköy'de ayrıca, Nar Eğitim ve Danışmanlık Merkezi'nin ekolojik eğitim merkezi ve oteli de mevcuttur.
- Sevgi Ana Çiftliği, ormana yakın bir arazide, mütevazı bir bahçede üretilen sebzelerin tüketildiği, meyve ağaçlarının bulunduğu, ağaçların araları ile diğer boş alanlar hayvanların yiyeceği otlar ekili, az da olsa kara kovan arıcılık yapılan, ekmeke, peynir, yoğurt üretilen, "Doğal Yaşam Atölyesi"leri yapılan, çiftliğe gelen gönüllülerin kalabileceği ayrı bir oda da iki tek kişilik yatak, bahçede banyo, tuvalet, mutfak bulunduğu, ortak yemek yenilebilen, misafirlerin dilerlerse kendi yemeklerini yapabilecekleri bir tesisir.
- Şatiroğlu Konakları, Rize Fındıklı Çağlayan köyünde kütük evi, ahşap evin ve tarihi konağın turizme kazandırıldığı, banyo tuvaleti içerisinde kütük evi, müstakil ahşap evi ve iki oda bir mutfak, banyo tuvaleti olan bir apart ile toplamda grup özelliğine göre 18 ile 28 kişi kapasiteye sahiptir. Karadeniz'in doğal güzelliklerinin, sisli, karlı yaylalarının gezilebilir, yöredeki tarımsal kültürel, folklorik geleneklerin deneyimlenebilir.
- Süleyman Orhan Çiftliği, İç Anadolu'nun keşfedilmemiş tesislerindedir. Etraftaki meşe ormanında keklik ve tavşanları, köyün yanbaşındaki gölde ise flamingo, angut, turna ve ördekleri gözlemlemek mümkündür. Gölün şifalı olduğu, çamur banyosunun özellikle romatizmal hastalıklara iyi geldiği

söylenmektedir. Ayrıca konuklara bölgeye has endemik bir bitki olan ve böbrek taşlarına faydası olan Gilaboru bitkisinin şifalı suyu ikram edilmektedir.

Tarım turizminin, kırsal alanlarda gerçekleşmesi ve doğa tabanlı bir turizm türü olması nedeniyle turistler açısından çekicilik arz etmektedir. Günümüzde kırsal alanların doğallığını ve özgünlüğünü tercih eden turist sayısının artmasıyla birlikte kırsal alanların kalkınması hızlanmaktadır (Ongun, Gövdere ve Çiçek, 2016: 80). Planlı ve projeli çalışmalara ihtiyaç duyulan tarım turizmi giderek yaygınlaşmaktadır. (Ak, 2006; Türkben vd., 2012). Türkiye'nin Dünya coğrafyasında birçok ülkeye göre kültürel ve doğal kaynaklarının daha zengin olmasına rağmen, tarım turizminden yeterince faydalanmadığı gözlemlenmektedir (Türkben vd., 2012). Dünya'da tarım turizmi uygulamalarına bakıldığında; İtalya'da tarım turizmi, İsviçre'de samanların içinde uyuma, Yeni Zelanda'da çiftliklerde konaklama, İngiltere'de çiftlik tatilleri, Avrupa ve daha birçok ülke de ise agro-turizm olarak bilinen turizm türü çiftçilerin stratejik olarak önem verdiği alternatif bir turizm türüdür. Ülkelerin stratejik ve coğrafik konumu gereğince tarım turizmi uygulamaları, tarım turizmine verilen önem ve öncelik farklılık gösterebilmektedir (Rilla'dan aktaran Civelek, 2013). Aşağıda bazı ülkelerde yapılan tarım turizmi uygulamalarına değinilmektedir:

- Avustralya'da, tarım turizmi uygulamalarının 1970'li yılların sonlarına dayandığı ve bu ülkede tarım turizminden yararlananlara yönelik fazlaca ürün ve hizmet çeşitliliği sunulmakta olduğu gözlemlenmektedir. Avustralya'da tarım turizmi, gelen turistlerin en çok tercih ettiği turizm çeşidi olarak göze çarpmaktadır. 1300'e yakın tatil çiftliğinde, uluslararası özelliğe sahip 40'ı aşkın çiftlikte, aynı anda 20 kişiden 200 kişiye kadar grupları barındırabilmektedir. Avustralya'daki tarım turizmi deneyimlerini çiftlik tatilleri, at biniciliği, günlük çiftlik ziyaretleri, şarap tadımı ve bireysel ya da grup turları gibi faaliyetler oluşturmaktadır (Williams vd., 2001).
- İtalya'ya tarım turizmi açısından bakıldığından ilk olarak, sanayileşme ile bilinen kuzey İtalya ile kırsal faaliyetlere dayalı güney İtalya'daki farklılıklar göze çarpmaktadır. 1960'lu

yıllardan itibaren ülkede çok sayıda insan tarım topraklarını terk ederek şehirlere göç etmiştir. Tarım topraklarının terk edilmesi sürecinde tarımsal turizm fikri ortaya atılmış, Ulusal Tarım ve Turizm Derneği kurularak tarımla uğraşanların evlerinin odalarını kiraya vermeleri, yerel ürünlerini ticarileştirmeleri gibi amaçlar benimsenmiştir. Sonraki yıllarda tarım turizmine yönelik sunulan ürün ve hizmetlerde artış olduğu görülmekle birlikte kırsal kesimde yaşayan insanların topraklarını terk etmek yerine tarım turizmi uygulamalarına katıldığı görülmüştür (Soykan, 2000).

- Hindistan'daki tarım turizmi uygulamalarında ise, 2008 ve 2010 yılları arasında çeşitli ödüller alındığı gözlemlenmektedir. Hindistan Tarım Turizmi Kalkınma Kurumu'nun ana amacı aşağıda belirtilmiştir:
 - Danışmanlık hizmeti vermek,
 - Satış ve pazarlama faaliyetlerinde yardımcı olmak,
 - Hindistan'ın kültürünün tanıtılmasını rol oynamak,
 - Bölge halkına tarım ve turizmle ilgili eğitimler vermek,
 - Rekreasyon, kavramıyla tanıştırmak, eğlence imkânlarını sağlamak. (Agritourism, 2011).
- Polonya'da kırsal alandaki işsizliğin yüksek düzeyde olması nedeniyle tarım turizmi ekonomik dönüşümlerle 1990'lardan itibaren gelişim göstermeye başlamıştır. Günümüzde ise Polonya tarım turizmi faaliyetleri için Avrupa fonlarından yardım almaktadır (Kosmaczewska, 2008: 142). Ülkede, 2000'li yıllarda 5000'nin üzerinde tarım turizmine yönelik çiftlik bulunmakta ve 300.000'den fazla turist tarım turizminden yararlandığı görülmektedir.
- Yunanistan'da tarım turizmi konusunda önemli mesafeler kat etmiştir ve hâlihazırda başarıyla işletilen 100'ü aşkın tarım turizmi tesisine sahiptir. Tarım turizminin gelişiminde devletin mali desteği etkili olmuştur. Ülkenin farklı bölgelerinde birçok kadın kooperatifi tarım turizmi konusunda çalışmalar yapmakta ve pansiyon işletmektedir. Bunların başlıcaları; Thessaly, Viotia, Chios, Lesvos, Thrace, Prespes Gölü tarım turizmi kadın kooperatifleridir (Şen, 2005).

Tarım turizminin yerel halka ve ziyaretçilere sağladığı pekçok fayda vardır. Öncelikli olarak yerel halka iş olanağı sunması, tarım turizminin göze çarpan faydalarındandır. Özellikle, atıl durumda olan kadın işgücünün ön plana çıkarılması hedeflenmekte ve bu sayede ekonomiye katkı sunulması beklenmektedir. Bu sayede bölgedeki işsizlik oranının düşürülmesi hedeflenmektedir. Tarım turizmi, alternatif ya da sürdürülebilir geleneksel bitkisel ve hayvansal üretimin varlığını, tarımın katma değer yaratması, doğrudan çiftlik ürünlerinin pazarlanmasına olanak tanınması, özellikle kırsal alandaki yerel halkın kalkınmasını sağlamada önemli bir rol üstlenmektedir (Karakaya, 2017).

Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma ve Tarım Turizmi İlişkisi

Kalkınmada esas amaç toplumun refah seviyesini yükseltmektir. Bunu sağlamak için Gayri Safi Milli Hasıla artırılmalıdır. Üretimi etkileyen sosyal, kültürel ve ekonomik gelişimin sağlanması için gereken finansmanın kaynağını milli gelir oluşturmaktadır. Yapılacak üretim artışının tüm toplumun refah seviyesinde aynı düzeyde iyileşme sağlayabilmesi için üretimin bütün ekonomik faaliyet alanlarında marjinal verimlilik düzeyinin aynı olması gerekir. Tüketim mallarına ve hizmetlere erişimde marjinal faydanın bütün bireylere eşit derecede olması refah seviyesini yükseltmek ve sosyal adaleti sağlamak için önemlidir (Turan, 1975: 161-163).

İlk defa 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından hazırlanan Ortak Geleceğimiz Raporunda yer alan sürdürülebilir kalkınma kavramı; gelecek kuşakların en azından bugünkü nesle benzer tüketimlerini karşılamalarından ödün vermeden, bugünkü kuşaklar için tüketim olanakları yaratmak ya da gelecek kuşakların kendi ihtiyaçlarını karşılama hakkını tehlikeye atmaksızın, bugünkü kuşakların ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmak şeklinde tanımlanabilir (Geray, 1998). Sürdürülebilir kalkınma, mevcut doğal kaynakların bugünkü kullanımını, gelecek nesillerin kullanımını da sağlamaya yönelik olarak en uygun düzeyde gerçekleştirerek, ülkelerin kalkınmasının önünü açmaya olanak sağlamaktadır (Üzümcü vd., 2019). Her ülke sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak için kendi doğal kaynaklarını, iktisadi ve sosyal yapısını planlamaya ve koruma-kullanma dengesi

inde yönetmeye çalışmaktadır. Türkiye’de de kalkınmayı bir plan bağlamak için 1963 yılından beri planlı kalkınma dönemine geçilmiş ve son yıllarda yapılan kalkınma planlarında “hızlı, dengeli ve sürdürülebilir kalkınma” anlayışı esas alınmıştır (Daşdemir ve Yılmaz, 2016).

Kırsal alanda yaşayan halk genellikle tarım, hayvancılık, balıkçılık gibi katma değeri düşük ekonomik faaliyetlerle geçimini sağlamaya çalışmaktadır. Genellikle kırsal kalkınma ile tarım politikaları birbirinin yerine kullanılan terimlerdir. Kırsal kalkınma politikaları ekonomik faaliyetlerin yanı sıra sosyo-kültürel faaliyetleri de içeren kapsamlı bir kavramdır. Kırsal nüfusu yerinde kaldırmak, kentsel yaşam ve kırsal yaşam arasındaki sosyal, kültürel ve ekonomik farklılıkları bir dengeye ulaştırmak için politikalar oluşturmak kırsal kalkınmasının konusudur (Gülçubuk 2002). ‘‘Kırsal kalkınma, tarımsal kalkınmaya ek olarak; kırsal altyapı, tarımsal altyapı, eğitim, sağlık, sosyal güvenlik, örgütlenme, barınma, ulaşım, iletişim, işlendirme, pazarlama, kırsal turizm, yöresel el sanatları vb. gibi sosyal, kültürel ve ekonomik alanlardaki var olan gereksinimlerin ve önceliklerin belirlenmesi ve belirlenen konularda yetersizliklerin giderilmesi-iyileştirilmesi için planlanan tüm geliştirici etkinlikleri anlatmaktadır’’ (Kırsal Kalkınma Raporu, 2002). Bu nedenle kırsal kalkınma konusunda uzman kişiler, kırsal alanlarda yaşayanların (özellikle dağlık ve ormanlık bölgelerin) tarım ve ormancılık faaliyetleri dışındaki uygulamalarla desteklenmesi gerektiği konusunda hem fikirdirler. Bunların başında da kırsal sanayi ve kırsal turizm gibi, kırsal alanlarda göç sorununu çözecek, fazla işgücünü değerlendirecek ve ek gelir sağlayacak alternatif faaliyetler gelmektedir (Esengün vd., 2000). İnsanın kırsal alanlarda coğrafi potansiyeli kullanımı, arz ve talebin çeşitlenmesi, kullanımla ilgili yeni alanları keşfi ve değerlendirmeye geçişiyle kırsaldaki faaliyetler daha da gelişmiş, çeşitlenmiştir. Kırsal alanları sadece tarımsal üretime ait yerler olarak görme fikri değişmektedir. Sürekli değişen kimliği ile kırsal alanlar, “kırsal kalkınma” olarak ifade edilen farklı ekonomik faaliyetlerle de öne çıkar hale gelmiştir. Bu süreçte, yerel potansiyel kaynakların farklı şekilleriyle değerlendirilmesi bölge halkı için önemli bir ekonomik girdi oluşturacaktır (Akova ve Şahin, 2019). Bölge ve toplum açısından birçok

önemi bulunan tarım turizminin; bölgedeki yerel işletmeler için doğrudan ek gelir imkânı yaratması, bölge halkının tarımla ilgili konularda eğitilmesi, konu ile ilgili farkındalık oluşturması, yöre halkının gelir artışı ve istihdamına katkı sağlaması, çiftçilerin tarıma devam etmesi, yerel tarımsal ürün ve hizmetlerin kullanımını teşvik etmesi gibi faydaları bulunmaktadır (Williams vd.,2001; aktaran Akkaşoğlu vd., 2019).

Kırsal kalkınma, kırsal alanların nüfusun yoğun olarak yaşadığı kentsel alanlara göre ekonomik, kültürel ve sosyal açıdan geri kalmış olması nedeniyle kırsal alanda yaşayan bireylerin yaşam standartlarının yükseltilmesi amacıyla gerçekleştirilen ekonomik, kültürel ve sosyal yapı dönüşümüdür (Uzunpınar, 2008). Toplumun gelir ve refah seviyesinin yükseltilmesi için kalkınma sürecinde uygulanması gereken politikalara kalkınma stratejisi denir. Genellikle tarım reformu denilen çoğu zaman vergi reformu, birlikler kurma ve kooperatifleşme benzeri politikalarla da desteklenen bu strateji ülkenin siyasi, sosyoekonomik şartlarına göre farklılıklar göstermesine karşın genelde; tarımsal verimliliği artırmayı, tarımsal alanlardaki işgücü fazlasını değerlendirmeyi, endüstri girişimi oluşturmayı ve artırmayı, tarımsal üretim biçiminin endüstriyel yönde evrilmesini sağlamayı hedeflemektedir. Tarımsal kalkınmada hedefler belirlenirken ulusal kalkınma hedefleri ve tarım sektörünün milli gelire yapacağı katkı göz önünde bulundurulur (Turan, 1975). 1992 yılında, Rio’da toplanan ülkelerin gerçekleştirdikleri “Rio-Gündem 21” isimli uluslararası toplantıda, ülkelerin ulusal kalkınma plan ve hedeflerine uygun politikalara işlerlik kazandırılması kararlaştırılmıştır. Bu kararlardan birisi de tarım turizminin geliştirilmesidir. Bu toplantıda alınan karara göre; “kırsal alandaki yoksul nüfusu marjinal toprakları kullanma zorunluluğundan uzaklaştırmak için; kırsal sanayi, dokuma sanayi, balıkçılık ve kırsal turizm gibi tarım dışı istihdam alanlarının oluşturulması” öngörülmüştür (Gündüz, 2004).

Kırsal kesimlerin kalkındırılması amacıyla kullanılacak kırsal turizm dünyanın genelinde kabul görmüş bir uygulamadır. Kırsal turizmden elde edilen önemli başarılar, kırsal yörelerin gelişiminde tarıma ek olarak kırsal turizmin alternatif bir yaklaşım olarak görülmesini sağlamaktadır. Kırsal turizm kırsal bölgelerde

tarım dışı çeşitlendirmenin başarı sembolüdür (Soykan, 2006). Ayrıca kırsal alanlardaki doğal ve kültürel varlıkların zenginliği ve çeşitliliği turizm ve rekreasyon faaliyetlerinin geliştirilmesi açısından da düşünüldüğünde kırsal turizm önemli bir potansiyel arz etmektedir (Çeken vd., 2007).

Kırsal bölgelerde yaşanan göçler; kentlerde sosyal ve kültürel içerikli sıkıntılara, kırsal alanlarda ise üretim ve nüfusun azalmasına neden olmaktadır. Teknolojik gelişmelerle birlikte ihtiyaç duyulan doğal kaynakların ve bu kaynaklara erişim sırasında çevreye verilen geri dönüşü olmayan tahribatın sürdürülebilirlik adına olumsuzluk oluşturabileceği gelişmeler olarak görülmektedir. Köyden kente göçü yavaşlatacak, ama bu arada kırsalda yaşayan insanların yaşam standartlarını kentlerde yaşayanlara eşitleyecek kırsal kalkınma programlarının uygulamaya geçirilmesi bir zorunluluk olarak görülmektedir. Turizm faaliyetlerinin kırsal alanların gelişiminde önemli bir yere sahip olduğu bilinen bir gerçektir. Bu sebeptendir ki; kırsal turizmin kırsal kalkınmada kullanılmasının, kırsal alanlarda yaşayanların yaşam standartlarını yükseltecek önemli değişimler yapacağı yönünde genel bir kanı bulunmaktadır (Kuşat, 2014).

Bodrum İlçesi’nde Sürdürülebilir Turizmin, Mandalina Bahçelerinde Tarım Turizmiyle İlişkilendirilmesi

Dünya Ekonomik Forumu tarafından yayımlanan, “2017 Uluslararası Seyahat ve Turizm Rekabet Endeksi”ne göre ülkemiz 44. sırada olup yaklaşık 26,6 milyon dolar gelir elde etmektedir. Aynı rapora göre yaklaşık 39,4 milyon ziyaretçinin kişi başına turizm harcaması yaklaşık 674 Amerikan dolarıdır. Bodrum Turizm danışma Bürosu verilerine göre Bodrum’a 2017 yılında gelen turist sayısı 778.000’dir. Yaklaşık turizm geliri 525.000 Amerikan dolarıdır. Türkiye’de Gastronomi Turizmi Derneği’nin yapmış olduğu “2017 Yılı Gastronomi Turistlerine Yönelik Araştırma” sonuçlarına göre, Türkiye’ye gastronomi amaçlı gelen turistlerin harcamalarının yaklaşık %27’si, normal turistlerin harcamalarının ise yaklaşık %20’si gastronomik amaçlıdır. Muğla araştırmanın yapıldığı beş ilden biridir. Bu durumda Bodrum’un normal turizm gelirlerinin %20’sinin gastronomik amaçlı harcanan tutar olduğunu düşünecek olursak, Bodrum’un gastronomi turizminden elde ettiği gelirin yaklaşık 105.000 Amerikan doları olduğunu

söyleyebiliriz. Bodrum'un yöresel lezzetlerinin yaşatılması bu rakamların artmasına katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Muğla İl Tarım ve Orman Müdürü Barış Saylak'ın beyanına göre, 2020 yılında 170 bin mandalina ağacına ulaşıldığını ifade ederek, Bodrum'un farklı bölgelerinde bulunan 4 bin 500 dekar alandaki mandalina bahçelerinden yılda 7 bin 200 bin tona yakın toplam ürün elde edildiğini kaydetmiştir. Ayrıca bölgenin kırsal turizmi anlamında tanıtımına katkı sunan festivallerin, ürünün markalaşma sürecini hızlandıran bir unsur olduğunu vurgulamıştır (Muğla Gazetesi, 2020).

Yerel değerlerin giderek önemli hale gelmesi, yerel kültüre ait ürünlerin taklitlerinden korunması ve haksız rekabete maruz kalmalarını engellemek amacıyla yasal düzenlemeler yapılmaktadır. Bir ürünün, sınırları belli bir bölge veya alanla anılarak tescillenmesi, coğrafi işaret kavramının ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Acar, 2018: 164). Coğrafi işaretler, tüketicileri ürünün bulunduğu bölgeye çekerek, turizmin canlanmasına katkı da bulunmaktadır. Bölgenin gelişimi için önem arz eden bir unsur olan turizm, yöresel ürünlerin ön plana çıkmasına yardımcı olan bir sektör olarak kabul edilmektedir (Mercan ve Üzülmüş, 2014: 68).

İlçeye özgü değerlerin ve yöresel lezzetlerin kaybolmaması için muhtelif sivil toplum örgütleri ciddi gayret göstermektedir. Bodrum'a katma değer sağlayacak, coğrafi işaret ile tescil edilebilecek pek çok ürün bulunmaktadır. Bodrum Mandalinası 2012 yılında coğrafi işaret tescili yapılmış bir üründür. Kuvvetli bir aromaya sahip olan bu ürün çekirdeğinden ötürü sofralık olarak tercih edilmemektedir. Mandalina üreticilerinin ürünlerinin değerlendirilmesi amacıyla ilçede bulunan Narenciye Üreticileri Birliği'nce mandalina yağı üretimine başlanılmıştır. Ürünün sadece suyu ya da yağı değil, kabukları, çekirdekleri ve yapraklarının değerlendirilmesi gündemdedir. İlçenin turistik ve ikincil konut cazibe merkezi olması nedeniyle mandalina bahçeleri imar ve rant baskısı altındadır.

Bodrum Mandalinası'nın zamanda yolculuğu aşağıdaki gibidir: (Ağaoğlu, 2018)

- ✓ 1671 – "Bodrum'da limon, turunc yetişir" Evliya Çelebi
- ✓ 1947 - Kalimnos'tan Mandalina Fidanlarının Getirilmesi

- ✓ 1964 – 620.000 Narenciye Ağacı (543.000 Mandalina Ağacı)
- ✓ 1980 – Mandalina Bahçelerinin İmara Açılması
- ✓ 2012 - 290.530 Mandalina Ağacı
- ✓ 2014 – 180.900 Mandalina Ağacı
- ✓ 2017 – 39.000 Mandalina Ağacı (İlçe Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü Çiftçi Kayıt Sistemi verilerinden alınmıştır)

Zaman içerisinde giderek azalan bu bahçelerin mevcut hali ile korunması ve çoğaltılması amacıyla bahçe sahipleri ve sivil toplum kuruluşları üyeleri kamuoyu oluşturmaya çalışmaktadır. Yöre halkının mandalina bahçelerini korumalarının sağlanması, mandalınanın katma değerli ürüne dönüşmesi ve mandalina bahçelerinin tarım turizmine açılması ile mümkün olabilecektir. Son yıllarda, sivil toplum kuruluşları konuya özel önem vermiş, pek çok festival, çalıştay, panel vb. çalışma yapılmıştır. Bodrum'da tarım ve turizmde bütüncül yönetim sağlandığında, ilçede on iki ay kesintisiz turizm faaliyetinde bulunulabilecektir. Son derece zengin flora, fauna ve bunun paralelinde yöresel lezzete sahip ilçenin gastronomi turizmi açısından çok daha yüksek değerlere ulaşması beklenmektedir.

YÖNTEM

Bodrum mandalina bahçelerinde tarım turizminin sürdürülebilir kırsal kalkınma açısından önemini araştırıldığı bu çalışmada, araştırma yöntemi olarak nitel araştırma yöntemi olan görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmada nitel araştırma yönteminin kullanılmasının temel sebebi; katılımcıların düşüncelerini derinlemesine elde etmektir. Araştırmaya katılmayı kabul eden katılımcılardan yüz yüze görüşme yapılabilmesi için randevu istenmiş ve randevu listesi oluşturulmuştur. Görüşmelerin tamamı, gönüllülük esasına dayalı olarak araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme formu yardımıyla yüz yüze görüşme yapılarak katılımcının görüşleri alınmıştır. Ana teknik olarak görüşme tekniğinin yanı sıra doküman analizi ve gözlem de araştırmada kullanılan diğer tekniklerdir. Bu çalışmada olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden, amaçlı örnekleme yöntemi çerçevesinde azami çeşitlilik örneklemesine başvurulmuştur.

Bodrum'da faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının yönetici, üye ve gönüllülerinden oluşan 22 kişinin 12 konu başlığı hakkında

görüşleri alınmıştır. Yapılan görüşmeler 1 Aralık 2017-31 Ocak 2018 tarihleri arasında tamamlanmıştır. Çalışmaya zenginlik kazandırması açısından gerekli durumlarda görüşme formu dışında ilave sorular da sorulmuştur. Katılımcılar Bodrum Mandalinası'nın sürdürülebilirliğinin sağlanması amacıyla mülakatların yapılmasına oldukça katkıda bulunmuşlardır. Görüşmelerin ortalama olarak 50 dakika ile 70 dakika arasında olduğu belirtilmektedir. Görüşmeler ses kaydı alınarak sürdürülmüş ve sonrasında yazılı hale getirilmiş ve kontrolü sağlanarak doğrulanmıştır. Araştırma Aralık 2017-Ocak 2018 tarihleri arasında Bodrum'da faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşu yöneticisi, üyesi ve gönüllülerine uygulanmıştır.

BULGULAR

Çalışmanın ilk bölümünde veri toplanan kişilerin demografik özelliklerini tespit etmek amacıyla cinsiyet, yaş, eğitim durumu, işkolu ve çalışma sürelerini belirlemeye yönelik sorulan soruların yanıtları yorumlanmıştır. Sonraki kısımda katılımcıların, teknik ve sosyal alt yapı, yeşil alan, turistik işletmelerin yeterliliği, ulaşım olanakları, bölgenin tanıtımı için yapılan tanıtım faaliyetlerinin türleri ve yeterliliği, turizm tarım etkileşimi, turistik tesis yapımıyla kaybedilen/kaybedilmekte olan mandalina bahçeleriyle ilgili düşünceleri, Bodrum mandalinasından elde edilen turistik ürünlerin yeterliliği, alternatif ürünler, Bodrum'da yeme-içme tesislerinin menülerinde mandalinalı ürünlerin varlığı, Bodrum mandalına bahçelerinin turizme açılmasının kırsal kalkınmaya etkisi, Bodrum mandalına bahçelerinin turizme açılmasının olumsuz etkileri, tarım turizmi kapsamında Bodrum mandalına bahçelerine yapılacak yatırımlarda çevresel sürdürülebilirlik, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanılması, Bodrum mandalına bahçelerinin sürdürülebilir turizm kapsamında kullanılması konularında hazırlanan sorulara ilişkin görüşlere yer verilmiştir.

Bodrum'da mandalina bahçelerinin tarım turizmine açılması konusunda yapılan yarı kontrollü mülakata katılanların Katılımcıların yaş ortalaması 53'tür ve bu grubun %30'u kadın, %70'i erkektir. Katılımcıların sivil toplum kuruluşlarındaki pozisyonları incelendiğinde %32'sinin sivil toplum kuruluşlarında yönetici, %54'ünün üye, %9'unun çalışan, %5'inin gönüllü olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların eğitim düzeyleri incelendiğinde, %5'inin yüksek lisans, %72'sinin lisans, %3'ünün ortaöğretim, %20'sinin ilköğretim okulu mezunu olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların yaklaşık %60'ı tarımla, % 23'ü turizmle uğraşmaktadır. Tarımla uğraşan katılımcıların genellikle emekliliklerini hak ettikleri öğrenilmiştir. Mülakatlara katılan sivil toplum kuruluşları mensuplarının, %61'inin 15 yıldan fazla, % 9'unun 6-15 yıl, %30'unun ise 5 yıldan az mesleki deneyimi vardır. Mülakatlara katılanların entelektüel seviyelerinin yüksek olduğu gözlenmiştir.

Katılımcıların, Teknik ve Sosyal Alt Yapı, Yeşil Alan ile Turistik İşletmelerin Yeterliliğine İlişkin Görüşleri:

Katılımcıların tamamına yakını kentsel alt yapıya dair ciddi sorunların olduğunu, atıkların bertarafı, kanalizasyon ve arıtma yatırımlarına ihtiyaç duyulduğunu, yeşil alanların yetersiz olduğunu bunlara karşılık konaklama işletmelerinin sayısının yeterli olduğunu ve hatta bölgede yapılan yeni konaklama tesislerinin gereksiz bir yatırım olarak değerlendirilebileceğini, yapılan her tesisin çok ciddi çevre sorunlarını beraberinde getirdiğini dile getirmişlerdir. En önemli sorunun Bodrum Kalesi, Mozole, Antik tiyatro gibi kültürel mirasın yeterince korunamaması ve değerlendirilememesi olarak belirtilmiştir. Ayrıca ilçe içindeki dar sokakların ulaşım ihtiyacını karşılamadığı, zaman içerisinde dere yataklarının üzerine asfalt dökülerek yola dönüştürüldüğü ve yağın şiddetli yağmurlarda taşkınların oluştuğundan, ekosistemin dengesinin bozulduğundan yakınılmaktadır.

Katılımcı 17'nin "Kilisenin bakımı bir an önce bitirilmeli. Restorasyon yapılarak turizme kazandırılacak pek çok yapı var. Arkeolojik yatırımlar son derece az." şeklindeki görüşlerini, *Katılımcı 22*: "Kent kimliğine dair çalışmalara önem verilmeli. Kentsel tasarım bağlamında yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ortak çalışmalar yapmalı. Binlerce yıl, çok farklı medeniyetlerin bulunduğu bu coğrafyada kültürel, arkeolojik, zirai değerleri barındıran tasarımlara önem verilmeli." diyerek desteklemiştir.

Katılımcıların, Ulaşım Olanaklarının Yeterliliğine İlişkin Görüşleri:

Katılımcıların tamamına yakını genel olarak bölgede ulaşım araçlarının ve hatların kapasiteleri konusunda sorun olmadığını belirtmişlerdir.

Bununla beraber hızlı kentleşme nedeniyle özellikle yaz aylarında trafiğin arttığını ve karayollarının yetersiz geldiğini dile getirmişlerdir. Katılımcıların yaklaşık %30'u doğa dostu ulaşım araçlarının desteklenmesini, ilave çevre yolu yapımının doğal katliama yol açacağını, karada bisiklet yollarının, denizde toplu taşımanın yapılabileceği hatların açılmasını önermişlerdir.

Katılımcı 16: “Yazın ulaşımın trafik nedeniyle, kışın sefer sayılarının azlığının zaman kaybına yol açıyor”.

Katılımcı 15: “Yıllardır transfer hizmetinde bulduklarını, yakıt fiyatlarındaki artışın ister istemez turiste yansıyor, deniz ulaşımına önem verilmeli” şeklinde görüş belirtmiştir.

Katılımcıların Bölgenin Tanıtımı İçin Yapılan Tanıtım Faaliyetlerinin Türleri ve Yeterliliği Hakkında Görüşleri:

Katılımcıların tamamı bölgenin tanıtımı için yapılan faaliyetlerin yetersiz olduğunu, yöreye dair turistik ürünlerin daha fazla olması gerektiğini ve mevcudun tanıtımının yeterince yapılamadığını belirtmişlerdir. Katılımcıların tamamına yakını bölgede turizmin gelişmesi ve tanıtımı için gerekli finansmanın yetersiz olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların %50'sine yakını bölgenin sadece eğlence amaçlı turizme değil, kültürel değerlerinin ön plana çıkarıldığı turizm faaliyetlerinin geliştirilmesinin gerektiğini, bunun için somut ve somut olmayan kültürel mirasın tanıtımına dair alt yapı düzenlemelerinin yapılmasına öncelik verilmesini önermişlerdir. Ayrıca yörenin kongre turizmi kapsamında tanıtımının için uluslararası organizasyonlar ve üniversiteler ile diyalogun güçlendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Katılımcı 14: “Turizm fuarları yeterli değil, biz kültürel değerlerimizi kaybediyoruz. Guletlerimiz vardı, sandaletimiz. Usta kalmadı. Deniz-kum-güneş nereye kadar? Bahçeler de hep satıldı. Gençler geçmişe sahip çıkmıyor. Bir tek düğünlerimiz kaldı. Turist niye gelsin?”

Katılımcı 11: “Bodrum'da pek çok etkinlik var ancak bunlar zamanında duyurulmuyor. Katılım düşük oluyor. Fuarlar önemli ama asıl olan yerel etkinlikler, kışın oteller boş, kongre turizmi, akademik etkinlikler düzenlenebilir.” şeklinde görüş bildirmişlerdir.

Turizm Tarım Etkileşimi:

Katılımcıların %80'i Bodrum'da turizm gelişmeden önce halkın tarımla geçindiğini, gerek tarımsal arazilerde arpa, buğday gibi tarla bitkilerinin, üzüm, narenciye yetiştiriciliğinin yapıldığını, gerekse denizlerden balıkçılık ve sünger avcılığının yaygın olduğunu, kendilerinin ailelerinin tarımsal faaliyetlerinden elde ettikleri gelirle yetiştirdiğini belirtmişlerdir. Zamanla halkın tarımdan uzaklaştığını ve turizm sezonundan elde edilen gelirle bir yıl boyunca yaşam döngüsünün sağlanmasının cazibesine kapıldığından yakınmışlardır.

Katılımcıların tamamına yakını Bodrum'da turizmde kalite sorununun giderek arttığını, yüksek gelir grubundaki turistlerin mülk satın alımı yoluna gittiklerini, düşük gelirli turistlerin ise harcamalarının beklenen düzeyde olmadığını, aşırı yapılaşmanın doğal güzelliklerin tahrip olmasına yol açtığını savunmuşlardır. Katılımcıların tamamı narenciye bahçelerini kentsel peyzaj objesi olarak görmek istemediklerini, özellikle ‘Bodrum Mandalinası’ bahçelerinin korunması gerektiğini, tarımla bütünleşik turizmin alternatif ve özlenen bir turizm biçimi olduğunu vurgulamışlardır. Tarım ve turizmin bütüncül bir şekilde yönetilmesinin ilçeye katma değer sağlayacağını dile getirmişlerdir. Doğaya dost turistlerin ilçeye gelmesinin, yöresel değerlerin korunmasında ve önemli katkıların olacağını, tarımsal alanların korunmasının sürdürülebilir turizm için şart olduğunu, gelecek kuşaklar için zorunluluk olduğunu savunmuşlardır.

Katılımcı 9: “Hem tarım hem turizmle ilgileniyorum. Otelim var, bahçemde, tarlada ürettiklerimi mutfakta kullanıyoruz ama yetmiyor. Denizde balık kalmadı. Çocuklarım işime ne kadar sahip çıkar bilemiyorum.”

Katılımcı 21: “Yıllardır köyümde bunun mücadelesini veriyorum. Kendi çocuğum bile tarladan, bahçeden koptu. Marinada çalışıyor. Tarım alanları yok edilmemeli, tarımdan elde ettiğimiz gelir yetmiyor. Kira gelirleri olmazsa zorlanıyoruz.” şeklinde görüş bildirmişler ve geleceğe dair kaygılarını ön plana çıkarmışlardır.

Turistik Tesis Yapımıyla Kaybedilen, Kaybedilmekte Olan Mandalina Bahçeleriyle İlgili Düşünceler:

Katılımcıların tamamına yakını son yıllarda turistik tesislerden ziyade tarım alanlarının imara açılması

nedeniyle mandalina bahçelerinin sökülmeye başlandığını, mandalina ağaçlarının aksesuar görevi görmeye başladığını dile getirmişlerdir. Katılımcıların tamamı mandalina bahçelerinin korunması gerektiğini belirtmişlerdir. Zorunlu nedenlerle sökülen mandalina ağaçlarının uygun yerlere nakil edilmesi gerektiği, yeni fidanların yetiştirilmesi gerektiği ve bu konuda yapılacak çalışmalara destek olmak istediklerini ifade etmişlerdir. Bu konuda bazı katılımcıların düşünceleri şu şekildedir:

Katılımcı 2: “Verimli tarım alanları ve mandalina bahçeleri turistik tesislere dönüştürülmemeli ve kültürel mirasımıza sahip çıkmalıyız.”

Katılımcı 7: “Tek kelime ile kıyım! Geç kalındı.”

Katılımcı 8: “Kaybedileni geri getiremeyiz. Kalan narenciye ve diğer ağaç varlıklarımızın korunması, turizme entegrasyonu ile mümkündür.”

Bodrum Mandalinasından Elde Edilen Turistik Ürünlerin Yeterliliği, Alternatif Ürünler:

Bodrum Narenciye Üreticileri Birliği, mandalina konsantresi ve yapı üretiminde bulunmaktadır. Mandalina konsantresi özellikle mandalinalı gazoz ve soda üretiminde kullanılmaktadır. Narenciye yağının ve narenciye yağı kullanılan ürünlerin pazar payının artırılması konusunda çalışmalar devam etmektedir. Narenciye üreticilerinin elde ettikleri gelirin üretim maliyetlerini karşılamaması ve Birlik tarafından teklif edilen birim fiyatı yeterli bulmamaları nedeniyle narenciye üretiminde yapılması gereken tarımsal faaliyetleri (budama, sulama, zararlı mücadelesi vb.) yapmadıkları gözlemlenmektedir. Bununla birlikte Bodrum mandalinasının suyunun, konsantresinin veya yağının gazoz, lokum, çikolata, bisküvi, reçel, dondurma, kolonya, oda kokusu, krem, sabun, mum yapımında kullanıldığı belirlenmiştir. Katılımcıların sadece %5’i mandalinalı oda kokusu ve krem yapıldığının farkında olmadıklarını ifade etmişlerdir. Ancak üretilen ürünlerin olabildiğince organik olmasının bilinçli tüketicilerce tercih edilmesini artıracaklarını ve dolayısıyla mandalinalıdan daha yüksek kazanç sağlanacağını belirtmişlerdir. Ayrıca mandalinalı tatlı çeşitlerinin sayısının artabileceği vurgulanmıştır.

Katılımcı 6: “Özellikle İtalya, İspanya gibi narenciye üretiminde söz sahibi ülkelerde yapılan araştırmaların incelenmesi gerekir.”

Katılımcı 13: “Narenciye Birliği çok düşük fiyattan alıyor, bahçe masrafı çıkmıyor. Bu şekilde

işleyecek ürün bulamazlar. Esasen mandalina aromasını yöresel lezzetlere katmalı”

Katılımcı 16: “Endüstriyel ürünler üretmeye çalışıyoruz. Bugüne kadar pek çok ürün geliştirmeye çalıştık, ancak finansman olarak zorlandık, ürün çeşitliliğini artırmayı hedefliyoruz, ancak pazarlamada zorlanıyoruz.” şeklinde görüş bildirmiştir.

Bodrum’da Yeme-içme Tesislerinde Menülerinde Mandalinalı Ürünlerin Varlığı:

Katılımcıların tamamı Bodrum Narenciye Üreticileri Birliği’nce üretilen mandalina gazozunun dahi pek çok yeme-içme tesisinde bulunmadığını, özellikle üst düzey gelir gruplarına hitap eden zincir otellerde müşterilere sunulmadığını, Belediye tarafından işletilen yeme-içme tesislerinde mandalina gazozunun servis edildiğini, zaman zaman da mandalinalı dondurmaların satışa sunulduğunu, ancak bunların yeterli olmadığını dile getirmişlerdir. Katılımcılar, öncelikle yerelde mandalinalı ürünlerin kullanımının yaygınlaştırılması gerektiğini ifade etmişlerdir.

Katılımcı 3: “Malum gazozdan başka bir ürünün satıldığını görmedim. Şefler yaratıcı reçeteler ve menüler oluşturmali.”

Katılımcı 20: “Mandalina şenliklerinde menülere mandalinalı lezzetlerin dahil edilmesi yönünde görüşmelerimiz oldu ama değişen pek bir şey olmadı.”

Katılımcı 21: “Mandalinanın suyundan başka bir şey satılmıyor. Çok yazık.” diyerek konuya gereken önemin verilmediğini vurgulamışlardır.

Bodrum Mandalinası Bahçelerinin Turizme Açılmasının Kırsal Kalkınmaya Etkisi:

Katılımcıların yaklaşık %95’i Bodrum mandalinası bahçelerinde tarım turizmi uygulamalarının desteklenmesi gerektiğini, bunun sürdürülebilir kalkınmayı olumlu etkileyeceğini, gelecek kuşakların coğrafi işaret tescili bulunan bu tarımsal ürünü çok daha yüksek katma değerli ürünlere dönüştürebileceğini dile getirmişlerdir. Özellikle Dereköy, Bitez, Ortakent ve Gümüşlükte yer alan bahçelerin turistlerin çok kısa bir zaman sürecinde deniz-kum-güneş turizminin yanı sıra doğayla iç içe yaşayabileceği ve tarımsal faaliyetleri deneyimleyebileceği eşsiz bir eko-sisteme sahip olduğunu ifade etmişlerdir. Bu tür turizm faaliyetlerinin çevrenin korunmasını olumlu etkileyeceğini, kültürlerarası diyalogun

gelişeceğini, karşılıklı bilgi alışverişi için ortam hazırlanacağını, turistlerin sorumlu tüketim alışkanlıkları edinmelerine yol açacağını, yöre halkının sahip olunan değerlerin kıymetinin bilineceğini belirtmişlerdir. Katılımcıların %5'i halkın alışkanlıklarından kolay kolay vazgeçemeyeceğini ve gençlerin tarıma ilgisizliği sebebiyle gelecekte bahçelerin zamanla tamamen yok olacağını, öngörmüşler ve Bodrum mandalinası bahçelerinin turizme açılmasının kırsal kalkınma üzerindeki etkisinin konuşulmasının çok da anlamlı olmadığını ifade etmişlerdir.

Katılımcı 4: “Biz eşimle gece gündüz çalışıyoruz. Çocuklarımız başka yerlerde çalışıyor. Bizden sonra ne olur bilinmez. Keşke bu konuda zamanında önlem alınsaydı. Ailecek bir arada olur, geçim derdimiz olmazdı. Arazilerimiz çok verimli, yıl içinde 3-4 kez ürün alıyoruz. Yoldan geçen turistler bahçelerimize imreniyor. Ağaçlardan mandalina toplamaya bayılıyorlar. Biraz sermayemiz olsa konuk ağırlayabileceğimiz 1-2 oda hazırlayabiliriz.” derken,

Katılımcı 19: “Yıllardır hem tarım hem turizmle ilgileniyorum, bahçelerime gözüm gibi bakıyorum. Bugünlere bu bahçeler sayesinde geldik.” diyerek konuyu özetlemiştir.

Bodrum Mandalinası Bahçelerinin Turizme Açılmasının Olumsuz Etkileri:

Katılımcıların tamamı Bodrum Mandalinası bahçelerinin turizme açılmasının herhangi bir olumsuz etkiye yol açmayacağını, tersine ekolojik dengenin korunmasına yol açacağı için turizmin sürdürülebilirliğine azami katkı sağlayacağı konusunda fikir birliğine varmışlardır.

Tarım Turizmi Kapsamında Bodrum Mandalinası Bahçelerine Yapılacak Yatırımlarda Çevresel Sürdürülebilirliğin Temini, Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Kullanılması:

Katılımcıların tamamına yakını, Muğla Çevre Platformunun çalışmalarını takip etmekte, sadece tarım turizmi amaçlı değil ilçeye yapılacak her yatırımda çevresel sürdürülebilirliğe ve yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanılmasının zorunluluk olduğunu dile getirmektedir. Katılımcıların tamamı Bodrum'un güneş enerjisi açısından çok yüksek bir potansiyele sahip olduğunu, bugüne kadar yüksek maliyetler nedeni

ile güneş enerjisine dayalı yatırımların yapılamadığını, tarımsal üretimde yenilenebilir enerji kaynaklarının mutlaka kullanılması gerektiğini, tarımsal ürünlerin muhafazasında ve yeni ürün üretiminde yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanılmasının önemli olduğunu vurgulamışlardır.

Katılımcı 5: “Oğlum bu işlere meraklı. Eşim bahçemize güneş paneli koydu. Depremde elektriksiz kalmadık. Bu paneller bahçemizin sulanması için uğraşılıyor. Elektrik pahalı. Her şeyi tüketiyoruz. Üretmek lazım. Buralarda güneş bol, yeterince değerlendiremiyoruz.”

Katılımcı 7: “Görevim icabı çiftçileri ziyaret ediyoruz. Bu konuda destekler artarsa tarımda temiz enerjinin kullanılması yaygınlaşır.”

Katılımcı 19: “Elektrik giderlerimiz çok yüksek. Sıcak suyu güneş enerjisi ile sağlıyoruz ama klimalar için farklı sistemler geliştirilmeli. Ayrıca yıllardır toplanan narenciye için saklanması için yapılacak soğuk hava deposunda güneş enerjisi kullanalım, mandalinaları güneş enerjisi ile kurutalım diye konuşuyoruz ama bir proje geliştiremedik.” diyerek sahip olunan bu enerji kaynağının değerlendirilmesi gerektiğine dikkat çekmişlerdir.

Bodrum Mandalinası Bahçelerinin Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Kullanılması:

Bodrum Mandalinası üreten katılımcılar (yaklaşık %60) tarımsal üretimde girdi maliyetlerinin, elde edilen gelirin zaman zaman üzerine çıkabildiğini, bu nedenle çoğu bahçenin kaderine terk edildiğini belirtmektedir. Bu farkındalık, üretici olmayan diğer katılımcılarda da mevcuttur. Katılımcıların tamamı mandalina bahçelerinin turizme açılmasını, çoğu bahçede bulunan ve atıl ya da yıkık durumda bulunan taş evlerin, kuyuların değerlendirilerek bahçe sahiplerine ek gelir sağlayacağını, bahçelerin korunarak kullanımının yaygınlaştırılması gerektiğini, karar alıcıların bu konuda yöre halkını desteklemesi gerektiğini dile getirmiştir. Bazı katılımcıların bu konuda görüşü şu şekildedir:

Katılımcı 3: “Olumlu! Şu bir gerçek ki, bahçe sahiplerinin bahçedeki ürünleri satarak elde ettikleri kazanç bahçe bakımı için yaptıkları harcamalardan daha az, bu nedenle turizm ek bir gelir sağlayabilir ve bahçe sahiplerinin bahçelerini satmalarının önüne geçilebilir.”

Katılımcı 20: “Yerelde üretmeli, yerelde tüketilmeli. Bodrum halkı mandalina bahçelerinin kıymetini bilmeli. Turist ağırlayabilecek odaları yoksa bahçelerinde kahvaltılar, muhtelif etkinlikler düzenleyebilirler.”

SONUÇ ve ÖNERİLER

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü, 2017 yılını Sürdürülebilir Turizm Yılı ilan etmiş ve bireylerin kaynakların gelecek kuşakların emaneti olduğunu unutmadan tüketmeleri gerektiği yönünde politikaların gelişmesine katkıda bulunmuştur. Dünyada ve ülkemizde kitle turizmine alternatif olarak insanların sakin, yalın, doğayla dost tatil yapabilecekleri turizm anlayışı gelişmektedir. Bunun için doğanın koruma ve kullanma dengesi gözetilmeli, böylelikle turizmin sürdürülebilirliği de sağlanmalıdır.

Deniz kum güneş ve eğlence turizminin öncü destinasyonlarından Bodrum’un, giderek kırsal yapısından uzaklaşarak kentleşmesiyle öne çıkmakla birlikte harika bir ekosisteme sahip bu ilçenin alternatif turizm türlerine müsait bir yapısı vardır. Mevcut durumun bu şekliyle kalması halinde tarım turizmine yönelik yapılabilecek aktiviteler mevcuttur. Akçay Özkan ve Yalçın Ercoşkun (2019)’un yaptıkları çalışmanın sonucunda Doğa ile iç içe olma, doğal besinlerle beslenme, stresten, gürültüden, çevre kirliliğinden uzaklaşma gibi pek çok neden insanları kırsal alanlarda zaman geçirmeye yönlendirmektedir. Çiftlikler genel olarak doğayla buluşmayı, tanışmayı ve kaynaşmayı isteyen insanlarla birlikte kalabalıktan kaçmak ve sakin tatil yapmak isteyenler tarafından tercih edilmektedir. Ayrıca bu çiftliklere gelen ziyaretçiler kentlerin doğal ve kültürel yerlerine gününbirlik geziler yapabilmekte ve kenti tanıma imkanı yakalayabilmektedir. Bu doğrultuda ekolojik çiftliklerde tatil yapma ve zaman geçirme isteği olan ziyaretçilerin doğal ve kırsal alanlarda zaman geçirdikçe çevre duyarlı davranışlarının arttığı ve kaynak koruma konusunda daha bilinçli hale geldikleri görülmektedir.

Özsezgin ve Ünlüönen (2018)’in yaptıkları ‘Destinasyon İmajının Markalaşmaya Etkisi: Bodrum Örneği’ adlı çalışmada, Ziyaretçilerin Bodrum’u simgeleyen unsurlara ilişkin verdikleri cevaplara bakıldığında; % 55,6’lık oranla Bodrum Kalesi, % 10,4’ü mavi tur, % 8,7’si Bodrum evleri, % 8,4’ü Barlar Sokağı, % 5,2’si Antik

Tiyatro, % 3,5’i Bodrum mandalinası % 2,2’si mozelyum, % 1,7’si Halikarnas Balıkçısı, % 1,5 Suatlı Arkeoloji Müzesi, % 1,2’si amfora, % 0,7’si begonviller, % 0,7’si süngercilik şeklinde bir sıralama ortaya çıkmıştır. Destinasyon imajı olarak kullanılabilir gastronomik tek bir ürün olarak Bodrum mandalinasına yer verilmiş olması, Bodrum mandalinasının yiyecek-içecek odaklı tanıtımlarda ana ürün olarak algılanmasına yol açmıştır. Bodrum’daki konaklama işletmelerinde, Milas-Bodrum Havalimanı vb. belirlenecek olan yerlerde Bodrum mandalinalı lokum ikramı, Bodrum mandalinalı oda parfümlerinin kullanılmasının, yine aynı şekilde Bodrum’a/Bodrum’dan sefer düzenleyen otobüs firmalarına, havayolu şirketlerine Bodrum mandalinasından üretilen ürünlerin kullanılmasına teşvikler ya da zorunluluklar getirilmelidir.

Gastronomik unsurların agro-turizm çiftliklerindeki süreçlerinin incelendiği bir araştırmada (Deniz vd., 2018) ziyaretçilerin ürün toplama, hazırlama, pişirme, servis ve üretim aşamalarına ilgi gösterdikleri tespit edilmiştir. İlgili süreçlere katılımın ziyaretçi üzerinde kültürel etkileşim ve değişim yarattığı belirlenmiştir. Yapılan mülakattaki cevaplara bakıldığında, turistlerin mandalina ağaçlarına ve ağaçlardan mandalina toplamaya ilgi gösterdiğini bununla birlikte TaTuTa çiftliğine ya da tarım turizmini ve bölge mimarisini destekleyen konaklama ve yeme-içme tesislerinin mandalina bahçelerine entegre edilmesi gerektiğinden bahsedilmiştir. Böylelikle gelen turistlerin, ağaçlardan mandalina toplama, yöre kültürüne özgü yiyecek ve içeceklerini hazırlama, toplanan mandalinalardan lokum, reçel vb. ürünlerin yapım atölyelerine katılma olanakları olacak ve mandalina bahçelerindeki konaklama imkânından yararlanabilecektir.

Araştırmada katılımcılar yaşanan her türlü olumsuzluğa rağmen, coğrafi işaret tescilli ‘Bodrum Mandalinasının korunmasının gerektiğini ve bu konuda sayıları az da olsa azimli ve ümidini yitirmemiş üreticinin bulunduğunu, ürünün katma değeri arttıkça üretim alanlarının genişleyebileceğini, bunun gelecek kuşaklara karşı önemli bir sorumluluk olduğunu düşünmektedir. Mandalina bahçelerinde bulunan yöresel mimari örneklerinden taş evlerin koruma altına alınması, kısa süreli konaklamada ya da kahvaltı vb. yeme-içme faaliyetlerinde kullanılmasında yarar

görülmektedir. Az sayıda olan üreticilerin kuruluşlarca projeye desteklenerek Bodrum mandalinasından üretilen ürünlerin çeşitlendirilmesi, tanıtılması, pazarlanması gibi konularda çiftçilere destek verilmelisi sağlanmalıdır. Ayrıca Muğla, Bodrum tanıtım filmlerinde mandalina bahçelerine, Bodrum mandalinasından üretilen ürünlere yer verilerek mandalina bahçelerinin bir çekim merkezine dönüştürülmesi gerekmektedir.

Bodrum Mandalinasının sürdürülebilirliği, öncelikle bu endemik tarımsal ürünün kıymetinin bilinmesi, ürünün katma değerli ürünlere dönüşümü için bilimsel çalışmaların desteklenmesi, mandalina bahçelerinin uzun vadeli bir planlama ile korunması, koruma kullanma dengesi gözetilen bahçelerin turizme kazandırılması yoluyla sağlanabilecektir. Konunun ulusal ve bölgesel turizm stratejik planlamalarında ve uygulama programlarında yer alması gerekmektedir. Bodrum'un eğlence odaklı turizm destinasyonu olmasının yanı sıra, doğal, kültürel, tarımsal, gastronomik açıdan zengin bir turizm destinasyonu olarak ön plana çıkarılması yönünde çalışmalara özel önem verilmelidir.

Araştırma kapsamında mandalina bahçelerinin gelecek kuşaklarca sahip çıkılması için tarım, ticaret, turizm sektöründe faaliyet gösterenlerin, kamu ve yerel yönetimlerin işbirliği yapmaları gerekmektedir. Aksi takdirde mandalina bahçelerinin sürdürülebilirliği daha fazla tehlikeye düşecektir. Bahçe sahiplerinin çocukları ya da torunlarının, mandalinasının ekonomik getirisinin azlığından dolayı farklı iş kollarında çalıştığı belirtilmiştir. Bununla birlikte Bodrum, özellikle deniz-kum-güneş odaklı turistlerin tercih ettiği bir destinasyon olması ve mandalinasının ekonomik getirisinin neredeyse olmaması sebebiyle coğrafi işaretli gastronomik kültürel miras olan Bodrum mandalinasının yetiştirildiği bahçeler yok edilerek yerlerine konaklama işletmeleri ve yiyecek işletmelerinin kurulduğu görülmektedir. Az sayıda kalan mandalina bahçesinin değerlendirerek gelecek kuşaklara aktarılması ve katma değerinin artırılması gerekmektedir. Mandalina bahçelerinin sahipleri ile yerel yönetim, kültür turizm müdürlüğü, kalkınma ajansları, sivil toplum kuruluşları ve sektör temsilcileri ortak akıl ile hareket ederek çalışmalarını gerçekleştirmelidirler. Bodrum'da turizm çeşitlerinin artırılarak turizm

sezonunun uzatılması ve turizm gelirinin artırılması gibi olumlu sonuçlara yol açacaktır. İnan (2007)'in tarım turizmi ile ilgili yaptığı çalışmada, tarım turizminin özellikle köylerde yaşayanların ek gelir elde edebileceği aktivitelerden birisi olarak belirtmektedir. Ziyaretçilerin barınma, beslenme ve güvenlik sorunları burada üzerinde durulması gereken en önemli konulardır. Temel hijyen ve servis kuralları, turizm, pansiyonculuk konularında eğitim verilmesi oldukça önemlidir.

Bodrum'da düzenlenen, Bodrum Mandalina Festivali ve diğer etkinliklerde Bodrum mandalinasından geliştirilmiş olan ürünlerin katılımcılara sunulması yeni bir tursitik ürün yaratılmasına ve Bodrum mandalinasından hazırlanabilecek olan tatlı, salata vb. yiyecek ve içeceklerin Bodrum'da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yer almasına yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Bu ve bunun gibi yaklaşımların hem tanıtım hem de tutundurma faaliyetlerine katkı sunacağı düşünülmektedir. Şu anda etkin olarak kullanılan Bodrummandalini.com gibi web siteleri aracılığıyla satış-pazarlama ve tanıtımıyla, öncelikli olarak Bodrum Mandalinasının dünyaya tanıtılarak bölgeye tarım turizmi talebinde olan turistlere çekici etki yaratması beklenmektedir.

Araştırmanın Bodrum mandalina bahçelerine ilişkin, Bodrum'da faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarına yönelik olarak gerçekleştirilmiş olması, bu çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. İleriye yönelik yapılacak daha geniş kapsamlı ve katılımlı araştırmalar ile genellenebilir sonuçların elde edilmesi ve yorumlanması mümkün olacaktır.

Araştırmada kullanılan mülakat soruları sivil toplum kuruluşu yöneticisi, üye ve gönüllülerine uygulanmıştır. Daha sonraki çalışmalarda bu mülakat soruları bahçe sahiplerinin ikinci, üçüncü kuşak üyelerine uygulanması bahçelerin sürdürülebilirliğinin temini açısından alınabilecek önlemleri yönlendirebilecektir.

KAYNAKÇA

Acar, Y. (2018). Türkiye'deki Coğrafi İşaretli Ürünlerin Destinasyon Markalaması Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 163-177.

- Agritourism, (2011). <http://www.agritourism.in/about-agritourism.html>. (Erişim Tarihi: 01.06.2018).
- Ağaoğlu, D. (2018), Bodrum Mandalinası Üreticilerinin Tarım Turizmi Farkındalıklarının Belirlenmesi ve Uygulama Önerisi, 7. *Ulusal Kırsal Turizm Kongresi Bildiri Kitapçığı*, Muğla.
- Ak, İ. (2006). Turizmde Yeni Seçenekler: Eko-Turizm ve Tarım Turizmi, 3. *Organik Tarım Sempozyumu*, Atatürk Bahçe Kültürleri Merkez Araştırma Enstitüsü, 475-481, Yalova.
- Akçay Özkan, B. & Yalçiner Ercoşkun, Ö. (2019). İç Anadolu Bölgesi'ndeki Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(3), 78-89.
- Akkaşoğlu, S., Akyol, C., Ulama, Ş., ve Zengin, B. (2019). Tarım Turizmine Yönelik Hazırlanan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *The Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1193-1218.
- Akova, S. B., & Şahin, G. (2019). Turizmde Tarım Ürünlerinin Değerlendirilmesi: Muz Örneği. *XI. International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress*, Tekirdağ. 812-822.
- Buğday Derneği, Tatuta Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi ve Gönüllü Bilgi, Tecrübe Takası, www.tatuta.org.
- Civelek, M. (2013). *Sürdürülebilirlik Kapsamında Agro-Turizm ve Kırsal Kalkınma İlişkisi: Muğla Yöresindeki Tatuta Çiftliklerinin Agro-Turizm Potansiyeli Yönünden Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Muğla.
- Civelek, M., Dalgın, T. ve Çeken, H. (2014). Agro-Turizm ve Kırsal Kalkınma İlişkisi: Muğla Yöresindeki Agro-Turizm Alanlarında Bir Araştırma, *Turizm Akademik Dergisi*, 1 (1), 15-28.
- Çeken, H., Karadağ, L. ve Dalgın, T. (2007). Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye'ye Yönelik Teorik Bir Çalışma. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*
- Daşdemir, İ., & Yılmaz, A. (2016). Sürdürülebilir Kırsal Kalkınmada ORKÖY'ün Rolü (Samsun Orman İşletmesi Örneği). In *3rd International Symposium on Environment and Morality (ISEM2016) 4-6 Nov 2016*. Alanya/Antalya-Turkey.
- Deniz, S., Özden, O., Akgün, O. ve Yıldırım, M., H. (2018). Agro turizm tesislerinin gastronomi faaliyetleri açısından incelenmesi: Çanakkale örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 6 (3), 364-378., 8(1), 1-14.
- Dorobantu, M. R. and Fieldsend, A. (2011). Rural environment—a promoter of sustainable tourism within local communities in Romania”. In *18th International Economic Conference—IECS*. 47-52.
- Esengün, K., Akça, H. ve Sayılı, M. (2000). Dağlık ve Ormanlık Alanlarda Kırsal Turizm Faaliyeti ve Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma. *I. Ulusal Ormanlık Kooperatifleri Sempozyumu*, 150-158, Kastamonu.
- Geray, U. (1998). *Ulusal Çevre Eylem Planı. Orman Kaynakları Yönetimi*. DPT yayını. Ankara.
- Gülçubuk, B. (2002). Kırsal Kalkınma Politikaları. www.kirsalcevre.org.tr, http://www.kirsalcevre.org.tr/foto/file/kirsal_kalkinma_politikalari_bulentg.pdf (erişim tarihi, 10.12.2017).
- Gündüz, S. (2004). *Ankara İli Kalecik İlçesindeki Tarımsal Turizme Uygun Alanların Saptanması ve Tarımsal Turizm Modelinin Oluşturulması Üzerine Bir Araştırma*. Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Hodur, N. M., Leistriz, F. L., & Wolfe, K. L. (2008). Developing the nature-based tourism sector in southwestern North Dakota. *Great Plains Research*, 81-92.
- İnan Ç., 2007. *Yıldız (Istranca) Dağları ve Çevresindeki Floradan Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma ve Ekoturizm Amacıyla Yararlanma Olanakları*. Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, s. 1-61.
- Karakaya, A. G. (2017). *Dalaman ve Fethiye yöresindeki hayvancılık işletmelerinin Agro-Turizm potansiyeli*. Yüksek Lisans Tezi. Adnan Menderes Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Aydın.
- Kosmaczewska, J. (2008). The Relationship Between Development of Agritourism in Poland and Local Community Potential, *Studies in Physical Culture And Tourism*, 2(15), 141-148.
- Kılıç, B. ve Kurnaz, A. (2010). Alternatif turizm ve ürün çeşitliliği oluşturmada ekolojik çiftlikler:

- Pastoral Vadi örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 39-56.
- Küçükaltan, D. (2002). Tarım Turizmi ve Türkiye’de Tarım Turizmi İşletmeciliği. *2.Turizm Şurası Bildirisi*.12-14 Nisan, 1: 143-159.
- Kuşat, N. (2014). Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma İçin Bir Alternatif Olarak Kırsal Turizm ve Türkiye’de Uygulanabilirliği. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(2), 65-87.
- Mercan, Ş. O. ve Üzülmez, M. (2014). Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Gelişimindeki Önemi: Çanakkale İli Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 67-94.
- Muğla Gazetesi. (2020). <http://www.muğlagazetesi.com.tr/narenciye-uretimi-yuz-guldurdu.html>. (Erişim Tarihi: 01.05.2020).
- Ongun U., Gövdere B. Ve Çiçek U. (2016). Yeşilovanın Kırsal Turizm Potansiyelinin Swot Analizi İle Değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7(16), 75-88.
- Özsezgin, İ., & Ünlüönen, K. (2018). Destinasyon imajının markalaşmaya etkisi: Bodrum örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 5(4), 45-62.
- Soykan, F. (2006). Avrupa’da Kırsal Turizme Bakış Kazanılan Deneyim. *II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, 72-73, Balıkesir.
- Soykan, F. (2000). “Kırsal Turizm ve Avrupa’da Kazanılan Deneyim”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Yıl: II, Türkçe-Eylül-Aralık, 21.
- Ryan, S., DeBord, K., & McClellan, K. (2006). *Agritourism in Pennsylvania: An Industry Assessment*. A report by California University of Pennsylvania.
- Sznajder, M., Prezborska, L. and Scrimgeour, F. (2009). *Agritourism*, UK: AMA DataSet LTD.
- Şekerli, S. (2018). *Tarım turizmi (TaTuTa) Projesi kapsamında faaliyet gösteren ekolojik çiftliklerde bir araştırma: İzmir ili örneği*. Yüksek Lisans Tezi, İzmir, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi.
- Şen, B. (2005). Küçükbahçe'nin kadınları, 'agro turizmci' oldu...(2010) <http://www.milliyet.com.tr/2005/06/26/business/bu s05.html>
- Turan, K.(1975). *Türk Tarım Toplumunu Sosyal Politika Açısından “Merkez Köyler”, Uygulama Olanakları*, Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi.
- Türkben, C., Gül, F. ve Uzar, Y. (2012). Türkiye’de Bağcılığın Tarım Turizmi (Agro-Turizm) İçinde Yeri ve Önemi, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23): 47-50.
- Türkiye’de Gastronomi Turizmi Derneği, 2017. “Gastronomi Turistlerine Yönelik Araştırma” <http://www.gastronomiturizmderneği.com.tr/>. (Erişim Tarihi: 01.07.2018).
- TÜRSAB, 2020. <https://www.tursab.org.tr/istatistikler/turist-sayisi-ve-turizm-geliri>, (Erişim Tarihi: 01.05.2020).
- UNWTO, 2020. <https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-n18-january-2020>. (Erişim Tarihi: 01.05.2020).
- Uzunpınar, A. (2008), Katılım Öncesi AB Kırsal Kalkınma Politikası ve Türkiye’de Uygulanacak IPARD Programı Kapsamında Proje Hazırlama, Değerlendirme ve Seçim Süreci, <http://diabk.tarim.gov.tr>.
- Üzümcü, T. P., Çelik, A., & Özkul, E. (2016). Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma için Yavaş Şehir Anlayışı: Kandıra Örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences (IJSES) E-ISSN: 2667-4904*, 6(2), 41-51.
- WEF- World Economic Forum (Dünya Ekonomik Forumu) Seyahat ve Turizm Rekabet Endeksi. (2017). <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>.
- Williams, P., Paridaen, M., Dossa, K. and Dumais, M. (2001). *Agritourism Market and Product Development Status Report*. Centre for Tourism Policy and Research, Simon Fraser University. Erişim Tarihi: 10.12.2017 <http://www.rem.sfu.ca/pdf/agritourism.pdf>.



ISPARTA İLİ YENİŞARBADEMLİ İLÇESİNİN EKOTURİZM POTANSİYELİNİN SWOT ANALİZİ ARACILIĞIYLA BELİRLENMESİ

Araştırma Makalesi

Zehra Nuray NİŞANCI¹, Ayşe TATKAN²

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, Yenişarbademli'nin ekoturizm potansiyelini SWOT Analizi aracılığıyla ortaya koymaktır. Araştırmada, ekoturizm etkinlikleri için Yenişarbademli'nin uygun olup olmadığına odaklanılmıştır. Bu kapsamda Yenişarbademli'nin, ekoturizm açısından güçlü ve zayıf yönleri ile çevresel fırsat ve tehditleri belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma, teorik, uygulamalı ve keşifsel bir çalışmadır. Teorik kısım literatürden yararlanılarak hazırlanmış; uygulama kısmında, yöredeki ekoturizm kaynakları ve etkinlikleri hakkında veri toplamak amacıyla 127 kişi ile yüz yüze anket gerçekleştirilmiştir. Bunların yanında, bölgeye bizzat gidilerek doğal ve kültürel kaynaklar yerinde keşfedilmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, Yenişarbademli'nin en güçlü yönleri, ormanları, mağaraları, yaylaları ve bozulmamış çevresidir. Yrnişarbademli, ekoturizm etkinliklerinden, dağ yürüyüşü (trekking), kuş gözlemciliği, kamp/karavan turizmi, dağcılık, bisiklet turizmi yapılabilecek alanlara sahiptir. Yenişarbademli'nin en zayıf yönleri, ilçeye ulaşmada zorluklar, alt yapı yetersizliği ve tanıtım eksikliğidir. Orman kaynaklarının zenginliği, bozulmamış doğa ve ilçede Meslek Yüksek Okulu'nun olması Yenişarbademli için çevresel fırsatlardır. Ekonomik istikrarsızlıklar, ilçenin ekoturizm kaynaklarının bilinmemesi ve yakınlarda daha cazip yerlerin bulunması ilçe için çevresel tehditler olarak tespit edilmiştir. Yenişarbademli eşsiz bir doğal güzelliğe sahiptir ve ekoturizme ev sahipliği yapabilecek potansiyededir. Ekoturizm etkinlikleri için altyapının hazır hale getirilmesi, yörenin tanıtımının yapılması ve etkinliklerin geniş kitlelere duyurulması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Ekoturizm, SWOT Analizi, Isparta, Yenişarbademli

JEL Kodları: MOO, L83, Q56

THE POTENTIAL OF ECOTOURISM IN ISPARTA YENİŞARBADEMLİ DETERMINATION RELATED TO PARTNERSHIP BY SWOT ANALYSIS

Research Article

ABSTRACT

The purpose of this research is to reveal the ecotourism potential of Yenişarbademli through SWOT analysis. The survey focused on whether or not Yenişarbademli is suitable for ecotourism activities. In this context, the strengths and weaknesses of Yenişarbademli and the environmental opportunities and threats were tried to -be determined.- Research is a theoretical, practical and exploratory study. The theoretical part was prepared by using the literature; a

¹ Doç. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, İktisadi ve idari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, zehranuray.nisanci@ikcu.edu.tr, orcid.org/0000-0001-5526-7122

² Bilim Uzmanı, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ekoturizm Anabilim Dalı, efetatkan@hotmail.com

“İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü Ekoturizm Programı Yüksek Lisans Tezinden üretilmiş bu çalışma daha önce Adnan Menderes Üniversitesi ev sahipliğinde 1-3 Kasım 2019 tarihlerinde düzenlenen 3. Uluslararası EUREFE Kongresinde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.”

“Nişancı Z. N. ve Tatkan A. (2020). Isparta İli Yenişarbademli İlçesinin Ekoturizm Potansiyelinin Swot Analizi Aracılığıyla Belirlenmesi, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, Vol 4: No: 1, p. 48-65, doi: 10.30625/ijctr.662142”

questionnaire was applied to determine the opinions of local people about ecotourism and ecotourism activities. Besides these, natural and cultural resources have been tried to be discovered by being gone to the region specially. A face-to-face survey was conducted with 127 people. According to the findings obtained, it is a potential to host ecotourism with its forests, caves, nature and springs. Among the ecotourism activities there are mountain trekking, bird watching, camping /caravan tourism, mountaineering, bicycle tourism. It can be said that the weaknesses of Yenişarbademli are the difficulties in transportation, lack of infrastructure and lack of publicity. Participants point out that Yenişarbademli has a unique natural beauty; to make infrastructure ready for ecotourism activities; the promotion of the event and the activities should be announced to a large mass.

Keywords: Rural development, Agro-tourism, Bodrum, Sustainable tourism.

JEL Classification Code: M00, L83, Q56

GİRİŞ

Onsekizinci yüzyılda hızlanan endüstrileşme ve sonrasında yaşanan değişimler toplumun refah seviyesini yükseltmiş, insanların boş zamanlarını değerlendirmelerine imkân sağlamıştır. Ulaşım ve teknolojideki gelişmeler, keşif, seyahat, gezme ve eğlenme isteği insanları turizme; özellikle de deniz, kum, güneş üçlüsü ile kitle turizmine yöneltmiş ve turizm aktivitelerine katılan kişilerin sayısının giderek artmasına sebep olmuştur. Bu süreçte “kontROLSÜZ bir şekilde gelişen kitle turizminin çevre ve topluma karşı olumsuz etkilerine” (Kuter & Ünal, 2009:146) tanık olunmuş; doğa bilinçsizce kullanılmış, doğal kaynaklar tüketilmiş, çevre kirletilmiş, ekolojik denge bozulmuştur. Sürdürülebilir ve “yeni turizm anlayışlarına ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır” (Nişancı ve Haznedar, 2017:1-3).

Turizm, ülke ekonomileri için önemli bir faaliyet alanıdır. İnsanlara iş imkânı sağlayarak istihdama katkıda bulunmakta ve önemli bir gelir kaynağı olmaktadır. Ancak, yerel kültürlerle ve ekosistemlere geri dönüşü olmayan olumsuz etkileri ve küresel ölçekte hızla artan çevre sorunlarının doğal yaşamı büyük oranda tehdit etmesi, turizmin yararları yanında sakıncalarının da tartışılmasını gündeme taşımıştır. “Çağdaş kitle turizmi uygulaması yolunda çok şeyin sürdürülemez olduğu kanıtlanmıştır”(Weaver, 1999:810). Gelişmiş ülkeler, sorunlarla baş edebilmek için daha çevreci bir yaşam benimsemeye ve “ekoturizmi, sürdürülebilir gelişmenin sağlanmasında önemli bir argüman olarak kabul etmeye başlamışlardır” (Kuter & Ünal, 2009:146). Dünyadaki bütün ülkeler için uygulanabilir bir gelişme seçeneği sunan ve alternatif bir turizm türü olan ekoturizmin çekiciliği, insanı ve ekolojiyi korumaya çalışmasından ve aynı zamanda birey ve toplum için ekonomik fırsatlar sunmasından kaynaklanmaktadır (Fennel, 2007:1). Ancak,

ekoturizmin olumlu çevresel ve sosyal etkiler yaratma potansiyeline sahip olmasına rağmen, düzgün bir şekilde yapılmadığında maalesef kitle turizmi kadar zarar verici olabileceğine de (Wood, 2002:5) dikkat çekilmektedir.

Ekoturizm, doğayı, yabani bitki ve hayvanları, geçmişteki veya mevcut yerel kültürleri incelemeyi, bunlardan zevk almak amacıyla nispeten bozulmamış doğal alanlara seyahat etmeyi içeren turizmdir ve kırsal kalkınma ile biyo çeşitliliğin korunması için bir araç olarak teşvik edilmektedir (Aronsson 2000; aktaran, Joshi & Luka, 2011:55). Uluslararası Ekoturizm Topluluğu (The International Ecotourism Society/TIES)³ tarafından, çevreyi koruyan, yerel halkın refahını sürdüren, canlandırma ve eğitimi içeren doğal alanlara sorumlu seyahat olarak (TIES, 2015; <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism>) tanımlanan ekoturizm, Dünya Turizm Örgütü'ne göre doğa temelli turizmde en hızlı büyüyen turizm çeşididir. Doğa turizmine yönelik talep artışı bu alanda yapılacak çalışmaların önemini de artırmaktadır. Mevcut doğal kaynaklarıyla turizmde önemli bir yere sahip olan ülkemizde ekoturizmle ilgili yapılacak çalışmalar, turizmin geleceğine yön verecek önemli adımlar olarak değerlendirilmektedir (Tutar, 1998:331).

Ülkemiz, ekoturizm etkinliklerine ev sahipliği yapabilecek geniş alanlara ve merkezlere sahiptir. Bu merkezlerden biri, Isparta'nın Yenişarbademli ilçesidir. Isparta ili ve ilçeleri, gerek tarihi, kültürel, doğal kaynakları ve güzellikleri, gerekse iklim özellikleri ile ekoturizm için oldukça elverişli, araştırılması ve değerlendirilmesi gereken bir bölge olarak dikkat çekmektedir. Isparta, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından (Türkiye Turizm

³ Ekoturizmi teşvik etmek amacıyla 1990 yılında kurulmuş, kâr amacı gütmeyen, biyo-kültürel çeşitliliğin korunması ve sürdürülebilirliğin sağlanması çabalarına öncülük eden uluslararası kuruluş (<https://ecotourism.org/ties-overview>).

Stratejisi, 2023:47) göller bölgesinde bulunması nedeniyle Ekoturizm Gelişim Bölgesi kapsamına alınmıştır. Yenişarbademli'nin mülki sınırlarının yüzde doksansekizi, 1. Derece Doğal Sit Alanı olarak ilan edilmiştir. Bu da ilçenin gelişmesinde bir olumsuzluk olarak değerlendirilebilmektedir.

Bu araştırmanın amacı, Isparta iline bağlı olan Yenişarbademli ilçesinin ekoturizm potansiyelini SWOT Analizi aracılığıyla ortaya koymaktır. Araştırmada, söz konusu bölgenin ekonomik gelişimine de katkı sağlayacağı düşünülen ekoturizm etkinlikleri için, yörenin uygun olup olmadığına odaklanılmıştır. Araştırma, teorik, uygulamalı, gözlem ve incelemeye dayalı keşifsel bir çalışmadır. Teorik kısım için tarama yöntemi kullanılmış, online/offline, yerli/yabancı literatürden, ilçenin ilgili kurumlarının rapor, belge vb. dokümanlarından ve çeşitli web sitelerinden yararlanılmıştır. Veri toplama aracı olarak anket kullanılmış; Yenişarbademli'nin ekoturizm potansiyeline yönelik SWOT Analizinin gerçekçi olabilmesi için 127 kişinin görüşü alınmıştır. Özellikle güçlü ve zayıf yönler ile çevresel fırsat ve tehditlerin belirlenmesinde katılımcıların görüşlerinin önemli katkısı olmuştur.

TEMEL KAVRAMLAR

Turizm ve Turist

Dünya Turizm Örgütü (The World Tourism Organization/UNWTO)'ne göre turizm, gelir getiren faaliyetler dışında kalan boş zamanları kapsayan bir seyahat ve aynı zamanda ekonomik ve sosyal bir olaydır. Modern turizm, kalkınma ile yakından bağlantılıdır ve gittikçe artan sayıda yeni destinasyonları kapsamaktadır. Bu dinamikler, turizmi sosyo-ekonomik ilerleme için kilit bir itici güç haline getirmektedir (<https://www.unwto.org/why-tourism>). Turizm, bir yeri ziyaret eden insanlar için tatil ve hizmetler sağlama ve düzenleme işidir (Oxford Student's Dictionary, 2007:732); insanların yaşadıkları yer dışında yaptıkları seyahatler sırasında geçici konaklamaları sebebiyle ortaya çıkan ihtiyaçların karşılanmasına ilişkin faaliyetlerin tümünü kapsamaktadır (Berber, 2003:206). Bu nedenle günümüzde en büyük küresel ekonomik faaliyetlerden biri olarak kabul edilmektedir (Rahemtulla & Wellstead, 1999:2). Turizm, ulusların ve toplulukların kaynaşmalarını sağlayan “modern çağa mahsus”(Guyer-Feuler, 1905; aktaran Kozak, 2012:2); öznesi insan, odak noktası turist olan (Aydın, 2012:92) bir etkinliktir.

Turist, zevk için (Oxford Student's Dictionary, 2007:732) veya kendi isteğiyle değişiklik yaşama amacıyla evinden uzak bir bölgeyi geçici bir süre için ziyaret eden bireydir (Smith,1989; aktaran Stronza, 2001:265). Turizm faaliyetlerinde bulunmak üzere, sürekli olarak yaşadığı yerden geçici süreliğine çıkıp ticari kazanç olmadan seyahat edip konaklayan, psikolojik tatmin peşinde, sınırlı miktarda harcama gücü ve sınırlı zamanıyla tüketim yapandır (Aydın, 2012:92).

Turizm, katılan kişi sayısına göre, ziyaret edilen yere göre, katılanların yaşlarına göre, katılanların sosyo-ekonomik durumlarına göre, katılanların amaçlarına göre sınıflandırılabilir (Kozak vd. 2001:27). Turizm kapsamında, bir tür olarak ele alınan ekoturizm yanında “sağlık turizmi, din turizmi, iş turizmi” (Koncul, 2007:157) gibi sürdürülebilir turizm türlerinden de bahsedilmektedir. Bunlar arasında turizmin en hızlı büyüyen şeklinin ekoturizm olduğuna ilişkin görüşler vardır (Weaver, 1999:795). Ancak günümüz dünyasında büyümeden ziyade önemli olan, sürdürülebilirliktir.

Ekoturizm

Ekoturizm, 1970-1980 zaman aralığında gelişen bir çevre hareketi olup (Honey, 1999; aktaran Blamey, 2001:5), bir bölgenin florasını, faunasını, jeolojisini ve ekosistemini anlamayı, değerlendirmeyi ve korumayı teşvik eden, nispeten bozulmamış veya korunmuş doğa seyahatlerini kapsayan faaliyetler olarak ele alınmaktadır (Wearing and Neil, 2009: XIII). Ceballos-Lascurain (1996), ekoturizm kavramını 1980'lerin başında ilk kullanan yazarlardan biridir (Stone, 2002:7) ve ekoturizmi, nispeten bozulmamış doğal alanlarda geçmişe ve bugüne eşlik eden kültürel değerlerin keyfini yaşamak amacıyla yapılan, korumayı teşvik eden, yerel halkın yararlı biçimde aktif sosyo-ekonomik katılımını sağlayan, ziyaretçi etkisi düşük, çevreye karşı sorumlu, aydınlatıcı gezi ve ziyaret olarak tanımlamaktadır (Scheyvens, 1999:245). Literatürde ekoturizmle ilgili çok değişik tanımlar bulunmaktadır. Kutay (1989) ekoturizmi, sosyo-ekonomik sektörlerle açıkça bağlantılı bir kalkınma modeli (Rahemtulla ve Wellstead, 2001:5); “Butler (1989), iletişime, farkındalığa ve çevresel iyileşmeye duyarlı bir turizm türü; Ziffer (1989), yerel kültürleri kapsayan ve öncelikli olarak doğadan ve tarihten esinlenen bir turizm çeşidi; Miller (1993), doğal

çevrenin korunmasına ve sürdürülebilir kalkınma ideallerine dayanan uluslararası bir değer” (Sirakaya vd.1999:169-170); Eagles (1997) yabancı doğal ortamların keşfi ve öğrenilmesi için yapılan seyahat (Stone, 2002:7) olarak ele almaktadır.

Ekoturizm, genellikle çevre odaklı ve sürdürülebilir turizm türlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Turizm ve konaklama endüstrileri açısından çevrenin korunması, gittikçe artan bir endişe kaynağıdır (Firth & Hing, 1999:251) ve sürdürülebilirlik açısından oldukça önemlidir. Sürdürülebilir turizm, ilk önce Akdeniz kıyılarında kendisini hissettirmiş (Greenwood, 2006:12); doğal çevrenin iyileştirilmesi, korunması ve güzelleştirilmesi ile ilişkilendirilmiştir. Bu, aynı zamanda turizmin geleceğinin de belirleyicisi olmuştur (Clarke, 2010:57). Kitle turizmine alternatif olarak ele alınan ekoturizm hakkında çok şey yazılmış olmasına rağmen ekoturizmin tanımı ile ilgili çok az görüş birliği olduğu (Goodwin, 1996:277; Buckley 1994 ve Orams 1995; aktaran Weaver, 1999:793); hem anlamı hem de kullanımı konusunda büyük bir karışıklık ve anlaşmazlığın devam ettiği (Blamey 1997; Nelson 1994; akt. Weaver, 1999:793) belirtilmektedir. Ekoturizm genellikle sürdürülebilir bir turizm biçimi olarak savunulsa da, sürdürülebilir turizm ile ekoturizmin eş anlamlı olmadığı ve ekoturizmin birçok biçiminin sürdürülebilir olmayabileceği iddia edilmektedir (Wall, 1997:1). Kısa ulaşım mesafelerini içeren bölgesel turizmin, ekolojik açıdan sürdürülebilir; yani, ekoturizmin yerel düzeyde sürdürülebilir olabileceği, küresel düzeyde çoğu durumda sürdürülebilir olmayabileceği vurgulanmaktadır (Gössling vd. 2002:200). Aslında ekoturizmin, çevresel, sosyal ve ekonomik kaygılardan kaynaklanan çıkarların bir birleşimi olarak içinde hem doğaya güçlü bir bağlılık hem de sosyal sorumluluk duygusunun olduğu belirtilmektedir (Rahemtulla & Wellstead, 1999:2). Ancak olumlu çevresel ve sosyal etkiler yaratma potansiyeline sahip olsa da, düzgün bir şekilde yapılmadığında ekoturizmin de kitle turizmi kadar zarar verici olabileceğine (Wood, 2002:5) dikkat çekilmektedir.

Ekoturizmin yerel topluluklar üzerindeki sosyal, ekonomik, psikolojik ve siyasi etkileri (Scheyvens, 1999:245) yanında, doğal çevreye baskıyı azaltarak tahribatı önlemesi ve turizmi yıl boyunca yayarak uzun dönemde ekonomik çıkarları gözetmesi (Küçükaslan, 2007:108) günümüzde ekoturizme

duyulan ilgiyi arttırmaktadır. Bu ilgi, “sektörün potansiyel ekonomik, çevresel ve sosyokültürel faydalarına ilişkin bir dizi popüler varsayımın rasyonelleştirilmektedir” (Weaver, 1999:795). Sorumlu turizm olarak da ele alınan ekoturizmin olumsuz çevresel etkileri minimize etme, ev sahibi kültüre saygı duyma, yerel halkın yararını yükseltme ve turist memnuniyetini en üst seviyeye çıkarma şeklindeki dört temel ilkesi (Hetzer,1965; aktaran Blamey, 2001:5) ekoturizme olan ilgiyi haklı kılmaktadır. Dünyada ekoturizm her yerde deva olarak görülmektedir. Korumaya ve bilime dayalı araştırmaların finanse edilmesi, kırsal ve bozulmamış ekosistemin korunması, kırsal birlikteliklerden faydalanılması, fakir ülkelerde kalkınmanın teşvik edilmesi, ekolojik ve kültürel duyarlılığın artırılması, seyahat endüstrisi kapsamında farkındalığın ve sosyal bilincin artırılması, çevreci anlayışın aşılması, bilinçsiz turistlerin eğitilmesi ve tatmin edilmesi ekoturizm ile ilişkilendirilmektedir. Hatta bazılarına göre ekoturizm dünya barışını sağlamada da rol oynamaktadır (Honey, 2008:4).

Ekoturizm, özellikle gelişmekte olan ülkelerde büyük bir endüstridir (Joshi & Luka, 2011:55) ve son on yılda hızla büyümektedir (Wood, 2002:5). Artan çevre bilinci, küreselleşme ve dünya nüfusunun demografik özelliklerine göre doğaya dayalı turizm ve ekoturizmdeki büyümenin devam edeceği ileri sürülmektedir (Leung vd. 2001:21).

Ekoturizm, öğrenme, eğlenme ve dinlenmeye yönelik birçok etkinliği kapsamaktadır (Aldebert vd. 2011:1204) ve doğal güzelliklerin yanında kültürel güzelliklerden de yararlanmayı amaçlamaktadır. Literatürde, öğrenmeye yönelik ekoturizm aktiviteleri kapsamında kuş gözlemciliği, botanik turizmi, mağara turizmi, yaban hayatı ve çiftlik turizmi; eğlenmeye yönelik ekoturizm aktiviteleri arasında bisiklet turizmi, atlı veya yaya doğa yürüyüşleri, olta balıkçılığı, avcılık, dağcılık, balon turizmi, safari, su altı dalışı; dinlenmeye dayalı ekoturizm aktiviteleri arasında ise kamp-karavan turizmi, yayla turizmi gibi etkinlikler sayılmaktadır.

Swot Analizi

SWOT, çevresel fırsatları ve tehditleri, zayıf ve güçlü yönlerle eşleştirmede kullanılan bir matristir (Wehrich,1982:54) ve İngilizce Strengths (güçlü yönler/üstünlükler), Weaknesses (zayıflıklar), Opportunities (fırsatlar), Threats (tehditler)

kelimelerinin baş harflerinden oluşmuş bir kısaltmadır (Ülgen & Mirze, 2004:160).

Bir işletmenin, sektörün, yatırımın, ülkenin veya coğrafi bölgenin sahip olduğu özelliklerden kaynaklanan güçlü ve zayıf yönleri ile gelecekle ilişkili kontrol edilebilen veya edilemeyen çevresel faktörlerden kaynaklanan fırsat ve tehditleri belirlemede SWOT analizi tekniği kullanılabilir (Karadeniz vd. 2007:196). Güçlü ve zayıf yönler, örgütün iç değerlendirme; fırsatlar ve tehditler dış değerlendirme yoluyla tespit edilmektedir. İç değerlendirme, örgütün güçlü ve zayıf yönlerini belirlemek için örgütün bütünü kapsayan bir inceleme iken; dış değerlendirme, fırsatları ve tehditleri belirlemek amacıyla siyasi, ekonomik, sosyal, teknolojik ve rekabet koşullarının incelenmesini içermektedir (Dyson, 2004:632). Bu kapsamda SWOT Analizi sürecinde sorulması ve cevaplanması gereken dört temel soru bulunmaktadır (Hay ve Castilla, 2006:2):

- Güçlü yönlerimizi nasıl kullanabiliriz?
- Zayıf yönlerimizi nasıl yok edebiliriz?
- Fırsatları kendi çıkarımız için nasıl kullanabiliriz?
- Tehditlere karşı nasıl bir savunma sistemi geliştirmeliyiz?

SWOT analizinde ele alınan güçlü ve zayıf yönler, kontrol edilebilen faktörlere, fırsatlar ve tehditler kontrol edilemeyen faktörlere işaret etmektedir. Bir başka ifadeyle, güçlü ve zayıf yönleri bir şekilde müdahale etmek mümkünken, fırsat ve tehditler için bunu söylemek mümkün görünmemektedir. SWOT Analizi, bir durum değerlendirme aracıdır. Aynı zamanda, “mevcut durum profilinin ortaya konması ile başlayan, dış faktörlerin tespiti ve gelecekte karşılaşılabilecek durumlar ile acil durum planlarının hazırlanmasını da içeren bir süreçtir” (Weihrich, 1982:55). İç çevre incelemesi ile varlıklar ve yokluklar ortaya konarken, dış çevre incelemesi ile fırsatlar varlıklar aracılığıyla avantaja çevrilmeye, tehditler ekarte edilmeye çalışılmaktadır.

Fırsatlar (dışsal olumlu faktörler), başarıya ulaşmak için kullanılacak belirli olaylar ya da durumlar olup (Goranczewski & Puciato, 2010:49), geliştirilebilecek alanları temsil etmektedir. Tehditler, önemli bir baskı veya ekonomik gerilemeye neden olabilecek dış güçler (Simoneaux & Stroud, 2011:76) ve istenmeyen oluşumlardır. Sürekli ve hızlı değişim içinde olan

bir dış çevrede bu unsurları izlemek, onlara karşı tedbirler almak yaşamsal öneme sahiptir (Ülgen & Mirze, 2004:161).

Üstünlükler, avantaj sağlayan olumlu özelliklerdir (Simoneaux & Stroud, 2011:76) ve daha büyük avantajlar için bir sıçrama tahtası vazifesi görmektedir (Hussey, 2002:44). Zayıflıklar ise güçsüz ve düşük olunan durumları ifade etmektedir (Ülgen & Mirze, 2004:161).

Ülke, bölge veya belli bir coğrafik yörenin geleceğe ilişkin politikaları belirlenirken öncelikle ekoturizm potansiyelinin ortaya konması gerekmektedir. Buna yönelik olarak güçlü ve zayıf yönler/içsel faktörler ile fırsat ve tehditlerin/dışsal faktörlerin belirlenmesinde SWOT Analizinden yararlanılmaktadır. Böylece yerel yönetimler, bölge veya yöre ile ilgili kararlar alabilmekte, “mevcut ve geleceğe ilişkin stratejileri değerlendirebilmektedir” (Birdir & Karakan, 2015:90). Yenişarbademli ile ilgili kararların alınmasına, politika ve stratejilerin belirlenmesine temel oluşturmak üzere yapılan SWOT Analizi, yörenin ekoturizm potansiyelini ortaya koymak adına oldukça önem taşımaktadır.

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, Isparta iline bağlı Yenişarbademli ilçesinin ekoturizm potansiyelinin SWOT analizi aracılığıyla belirlenmesidir. Bu kapsamda, ilçenin ekonomik gelişimine katkı sağlayacağı düşünülen ve dünyada çeşitli uygulamaları ile hızla gelişme gösteren ekoturizmin bu coğrafyada uygulanabilirliğine ve ekoturizm etkinlikleri için Yenişarbademli'nin uygun olup olmadığına odaklanılmıştır.

Yenişarbademli, gerek coğrafi şartları, gerekse özel konumundan dolayı çeşitli avantaj ve dezavantajlara sahiptir. Bölgenin kalkınmasında önemli bir araç olabilecek doğa temelli ekoturizmin yörede uygulanabilirliğinin ortaya konması, ilçenin ekonomik gelişimi açısından önemli bir tespit olacaktır. Ayrıca araştırmanın, sürdürülebilir turizm kapsamında doğa koruma çabalarına da katkıda bulunması beklenmektedir.

Bölgede zenginlikleri keşfetmek amacıyla çeşitli gözlemler yapılmış, Yenişarbademli'nin ekoturizm için uygun doğal, tarihi, kültürel kaynakları bizzat yerinde tespit edilerek fotoğraflanmıştır. Ayrıca yöre halkına uygulanan anket verilerine dayalı analizlerle, Yenişarbademli'de mevcut duruma ait bilgiler sunulmuş ve yörenin SWOT Analizi

hazırlanmıştır. Bu noktada araştırma, yöre turizminin gelecekte nasıl gelişebileceğine ilişkin öngörülerde bulunmak ve planlama yapmak açısından önemli bir çalışma olarak değerlendirilebilir. Turizm planlaması kapsamında özellikle ölkemizde oldukça fazla ihtiyaç duyulan hedef, altyapı, ulaşılabilirlik, turist profili ve mekân analizi gibi konularda önemli bilgiler içeren araştırma, bölgede gelecekte yapılması planlanan yatırımlar ve araştırmalar için değerli ve faydalı bilgi ve bulgular içermektedir.

Yenişarbademli'nin, fiziki ve beşeri özellikler açısından birtakım sınırlılıkları olsa da, bazı alanlarda bunları avantaja dönüştürülebilir potansiyeline sahiptir. İlçenin kalkınmasında yararlanılabilecek araçlardan biri "ekoturizm"dir. Yenişarbademli'nin ekoturizm açısından zengin doğal ve kültürel kaynaklara sahip olduğu görölmektedir. Bu kaynaklardan etkin bir şekilde yararlanma, öncelikle tespit edilmelerini gerektirmektedir. Bu araştırma da dâhil, ilçeye yönelik yapılan tüm kaynak tespit çalışmaları önemlidir. Bu tür çalışmaların yok denecek kadar az olması, araştırmayı daha da değerli kılmaktadır. Çalışmanın bir başka önemli boyutu, ekoturizmi konu edinmesidir. Zira günümüz dünyasında ekoturizm, yükselen bir değer olmaya devam etmekte ve ekoturizm etkinlikleri hızla yaygınlaşmaktadır. Doğal evreye yönelik hedefleri ve yerel kalkınmadaki katkısı düşünöldüğünde, önemi giderek artan ekoturizm potansiyelinin ortaya konması hem literatür ve araştırmacılar, hem de sektör açısından yararlı olacaktır.

Araştırmanın Örnekleme ve Veri Toplama Aracı

Yenişarbademli'nin ekoturizm potansiyelini SWOT analizi aracılığıyla ortaya koymak üzere yapılan bu araştırma; teorik, uygulamalı, gözlem ve incelemeye dayalı keşifsel bir çalışmadır. Teorik kısım literatürden yararlanılarak hazırlanmıştır. Uygulama kısmında, yöre halkının ve ziyaretçilerin konuya ilişkin görüşlerini öğrenmek amacıyla Ocak 2018-Mart 2018 tarih aralığında anket uygulanmış; bölgeye bizzat gidilerek doğal ve kültürel kaynaklar yerinde keşfedilmeye çalışılmıştır. Araştırma sırasında konuyla ilgili Isparta Kültür Turizm Müdürlüğü, Isparta Orman Müdürlüğü, Valilik, Yenişarbademli Belediyesi, Yenişarbademli Meslek Yüksek Okulu, Yenişarbademli Tarım Müdürlüğü gibi kurum ve

kuruluşlar aracılığıyla çeşitli bilgi ve belgelere ulaşılmıştır. Arazi alışmaları sırasında ekoturizm açısından önem taşıyan yerler bizzat fotoğraflanmıştır. Yörede ekoturizm potansiyeli hakkında bilgisi olduğu düşünölen başta Yenişarbademli Belediye Başkanı olmak üzere ilgili kişilerle görüşmeler yapılmıştır. SWOT analizine ilişkin soruların hazırlanmasında, Orhan ve Karahan (2010); Külekçi ve Bulut (2013) ve Kızılaslan ve Ünal (2014)'ın çalışmalarından yararlanılarak sorular, bizzat araştırmacılar tarafından hazırlanmıştır.

Araştırma kapsamında 127 kişiye anket yapılmıştır. Anketin birinci bölümü katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye ilişkindir ve katılımcılara cinsiyet, memleket, yaş, medeni durum, meslek, eğitim durumu, aylık gelir düzeyine ilişkin 7 soru yöneltilmiştir. Anketin ikinci bölümünde, katılımcıların, evre, doğa ve ekoturizmle ilgili görüşlerini öğrenmek amacıyla 15 soru sorulmuştur. Anketin üçüncü bölümünde, Yenişarbademli ilçesinin ekoturizm potansiyelinin SWOT analizi ile belirlenmesine katkı sağlayacak 9 soru sorulmuştur.

Araştırma Alanı: Yenişarbademli

Yenişarbademli, Akdeniz bölgesinde yer alan, Isparta İli'ne bağlı oniki ilçe merkezinden biridir. Beyşehir Gölü'nün batısında Toros dağlarının kuzey uzantısı olan Anamas Dağları ile bütünleşmiştir. Isparta ilinin kuzeydoğusundadır. 2013 nüfus sayımına göre nüfusu 2503 (merkez, 2150; köy 353) kişidir. İlçe denizden 1180 m yüksekliktedir. İl merkezine uzaklığı 105 km olup, belediye imar planına göre yüzölçümü 188,5 km²'dir (Yenişarbademli Belediyesi Tanıtım Kitapçığı, 2016:4). İlçe merkezi Dedegöl Dağı eteklerindedir; ekonomisi, tarım ve hayvancılığa dayalıdır. Başlıca gelir kaynakları, tarım, hayvancılık, orman işçiliği ve balıkçılıktır. İlçede buğday, arpa, avdar, nohut, fasulye, şekerpancarı, afyon, ayçiçeği, elma, üzüm, armut yetiştirilmekte; koyun, keçi, sığır beslenmektedir. Evlerde halı dokumacılığı yaygındır (www.nkfu.com/yenisarbademli-nerededir erişim tarihi 6.10.2017).

Yenişarbademli, tarih boyunca birçok uygarlığa ev sahipliği yapmıştır. Yapılan araştırmalara göre, MÖ 4000 yıllarında Etiler/Hititler; MÖ 1500 yıllarında Frigyalılar; MÖ 800 yıllarında İyonlar; MÖ 600 yıllarında Lidyalılar; MÖ 446 yıllarında Persler; MÖ 190 yıllarında Romalılar; MS 395

yıllarında Bizanslılar yörede egemen olmuşlardır. 1071 Malazgirt zaferinden sonra 1180 yıllarında Selçuklu topraklarına katılmıştır.1235 yılında Anadolu Selçuklu Devletinin yazlık başkenti olmuştur. Zaman içerisinde Osmanlı İmparatorluğu tarafından ele geçirilmiş, 1808 yılında Konya vilayetine bağılı bir kaza olmuştur. 1868’de tımar (yönetimi askere bırakılan yer) olmuştur. 29 Ekim 1923 Türkiye Cumhuriyeti Devletinin kuruluşu ile Isparta ili Şarkikaraağaç ilçesine bağılı bir köy; 1954 yılında ise Bademli, Yenice ve Kütler köylerinin birleşimi ile Şarkikaraağaç ilçesine bağılı kasaba olmuştur. Yenişarbademli, ilçe statüsünü 1990 yılında kazanmıştır (Yenişarbademli Belediyesi Tanıtım Kitapçığı, 2016:5).

İlçe ve yöresinde 25 civarında ören yeri ile tepeler üzerine kurulmuş çeşitli zamanlara ait kale kalıntıları bulunmaktadır. Bunların başlıcaları, Kestel (küçükkale), Kaledost (geledost), Doğdu, Çataltepe, Asar (kaletepe), Ortatepe, Mandras, Maltepesi, Aktepe (Gavur harmanı)’dir. Psidia bölgesine dâhil olan Yenişarbademli’deki kalıntılar, Roma ve Bizans dönemlerindeki Gorgorum antik kentine ait kalıntılar olarak bilinmektedir (www. ispartalilerderneği.org). Yenişarbademli hükümet konağı meydanında 2010 yılında Belediye Başkanlığı tarafından yaptırılan bir anıt bulunmaktadır. Selçuklu kültür ve sanatının temel figürlerinden, müslüman ve ortadoğu toplumlarında sıkça kullanılmış olan sekiz köşeli yıldız esas alınarak inşa ettirilen anıt üzerinde 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşından (93 harbi) günümüze 163 şehit ve gaip ile 25 resmi gazinin künyeleri yer almaktadır (Özgenç, 2017:13).

Batı Akdeniz Bölgesinde Beyşehir Gölü’nü kuzey ve batısından çevreleyen Kızıldağ Milli Parkı, coğrafi konum olarak Isparta-Konya arasında, Şarkikaraağaç-Yenişarbademli-Beyşehir’i kapsayan 59.600 hektarlık alanı kaplamaktadır. Göle bakan yamaçlarda karaçam ve ardıç ormanları ile orta ve batı Torosların 2987 m. yüksekliğiyle zirvesini oluşturan Dedegöl Dağı dikkat çekmektedir. Dağın kuzeydoğusunda keşfi henüz tam olarak yapılmamış, ancak 20 km’den uzun olduğu düşünülen Pınargözü Mağarası, yılın belli dönemlerinde yörüklerin konakladığı Çay Deresi, Sindel, Küre, Karamık, Korkuyu, İncebel ve Malanda yaylaları ile güneybirlik kullanıma uygun Beyşehir Gölü kıyı şeridi, yörenin kaynakları ve turizm değerleri arasındadır.

Kızıldağ Milli Parkında yer alan Pınargözü Mağarası 15.500 m. uzunluğuyla Türkiye’nin en uzun ve 680 m. giriş yüksekliği ile dünyada ilk sırada yer alan mağaradır. Yapılan su analizlerinde direk kaynağından içilebilen sayılı su kaynaklarından biridir. İçinde aktif bir yeraltı deresi bulunan Pınargözü Mağarası’nın sonuna henüz ulaşamamıştır. 2011 yılında Orman ve Su İşleri Bakanlığı, Doğa ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, Dokuz Eylül Üniversitesi, Yenişarbademli Belediyesi ve Isparta Valiliği ile bir araştırma ekibi oluşturulup geniş çaplı bilimsel çalışmalar başlatılmıştır. Hidrolojik (su), jeolojik (yer) ve speleolojik (mağara) bilimleri açısından yürütülen çalışmalar halen devam etmektedir (Yenişarbademli Belediyesi Tanıtım Kitapçığı, 2016:10). Dedegöl Dağı’nda bulunan Karataş Mağarası, düden konumunda ve bütünüyle fosilleşmiş olup, derinliği -112 m’dir (www.ispartakulturturizm.gov.tr Erişim tarihi 10.10.2017).

Yenişarbademli ve Beyşehir gölü flora açısından zengin olup 213 çeşit endemik bitki tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra Beyşehir gölü içerisinde 181 tür su kuşu bulunmaktadır. Kızıldağ Milli Parkı flora ve fauna açısından zengindir. Dedegöl Dağı eteklerinde bulunan Karagöl Gölü, Dedegöl çiçeği, Pınargözü Mağarası, Çaydere akarsuyu, Beyşehir gölü içerisinde bulunan Kilise adası, Mada adası gibi irili ufaklı adalar, Kubad-ı Abad Sarayı ve Kız Kulesi görülmeye değerdir. Alan içerisinde Kızıldağ bölümünde ahşap bungalovlarda konaklama imkânı bulunmaktadır (<http://www.yenisarbademli.gov.tr/tanitim> E.T.10.10.2017).



Fotoğraf 1:Pınargözü Piknik Alanı
(Tatkan Arşivi, 2018)



Fotoğraf 2: Pinargözü Mağarası'nın İçi

Kaynak: Tatkan Arşivi 2018

Kubad-ı Abad Sarayı, Yenişarbademli'ye 3 km uzaklıktadır ve Selçuklu dönemi tek saray yapısı kalıntısı özelliği göstermektedir. Yolculuğu sırasında geğerken burayı gören Alaattin Keykubat, “Cennet ya burasıdır, ya da buranın altıdır” diyerek Yenişarbademli'yi çok beğenmiş ve bir saray yapılmasını buyurmuştur. Kubad-ı Abad Sarayı, Alaattin Keykubat'ın buyruğuyla, 1236'da veziri mimar ve nakkaş Sadeddin Köpek tarafından yaptırılmıştır. Resmî tescili 1949'da gerçekleşmiş; 1965-1966 yıllarındaki kazılarda 5.200 m²'lik alanı kaplayan Selçuklu kenti tümüyle ortaya çıkarılmıştır. Kız Kalesi Adası/Kızlar adası, Kubad-ı Abad'ın 4.5 km kuzeydoğusunda, Konya ili Beyşehir İlçesi Gölyaka Kasabası sınırları içerisinde olup çevresi 270 metredir. Bu tarihi ada, 10'un üzerinde kuş türüne ev sahipliği yapmaktadır ve kuş gözlemcileri için adayı bir cennete dönüştürmektedir (Yenişarbademli Belediyesi Tanıtım Kitapçığı, 2016:12-13).

Dedegöl Dağının yüksekliği 2998 metredir ve üzerinde 11 ay kar bulunmaktadır. Dedegöl adını, dağın tabanında bulunan bir su kaynağından almaktadır. Dedegöl tepesinin adı, Kartal Pınarı mevkiinde yetişen, endemik bir bitki olan Dedegölü çiçeğinden gelmektedir. Dedegöl tepesi Batı Torosların en büyük tepesidir. Dağ turizminde önemli bir yere sahip olan Dedegöl, tur kayağı (kar üzerinde yapılan kayak) ve trekking yürüyüşlerine olanak sağlamaktadır. Dünya dağcıları yılda bir kere ilçede buluşmaktadır (Yenişarbademli Belediyesi Tanıtım Kitapçığı, 2016:16). Dedegöl Dağı, dağ yürüyüşü, kamp, tırmanma için uygun yer ve imkânlarla sahiptir. Dağın eteğindeki Melikler yaylasında her yıl Mayıs ayında dağcıları

çadır kurarak dağcılık şenliği kapsamında dağın zirvesine tırmanmaktadırlar (www.yenisarbademli.bel.tr. Erişim Tarihi 13.10.2017).



Fotoğraf 3: Dedegöl Dağı'na Melikler Yaylası'ndan Bakış

Kaynak: Tatkan Arşivi, 2018

Karagöl Gölü, Isparta'nın en yüksek dağı olan (2992 m) Dedegöl Dağı'nın doğusunda Kurucuova Sınırları içerisinde 2365 m. yükseklikte 18.500 metrekare büyüklüğünde bir buzul veya krater gölüdür. Jeolojik araştırması bugüne kadar yapılmamıştır (Yenişarbademli Belediyesi Tanıtım Kitapçığı, 2016:8).



Kuzugöbeği Mantarı

Dedegölü Çiçeği



Kara Yosunu

Çiğdem Çiçeği

Fotoğraf 4: İlçede Yetişen Bitki Örnekleri

Kaynak: Yenişarbademli Beld. Resim Arşivi; www.dogalhayat.org; www.haberler.com; Belediye Resim Arşivi

İlçede yetişen Kuzugöbeği Mantarı, Dedegölü Çiçeği, Kara Yosunu, Çiğdem, Karahan Çalışı, Kardelen çiçeği, Gurbet çiçeği ve Ak Meşe, gibi

endemik bitkilerin birçok rahatsızlığa iyi geldiği ifade edilmektedir (www.faydalarizararlari.com Erişim tarihi 13.10.2017).

Isparta İli Yenişarbademli ilçesinde, 7 adet anıt ağaç bulunduğu tespit edilmiştir. Bunlardan biri olan Beyçam, Pınargözü orman içi alanında, Göller Bölgesi'nin en uzun ve en yaşlı karaçamlarından biri olma özelliğini taşımaktadır (Genç ve Güner, 2003:280; www.superhaber.biz Erişim Tarihi 21.10.2017).



Fotoğraf 5: Beyçam Anıt Ağacı

Kaynak: Tatkan Arşivi, 2018

Yenişarbademli'nin, 55 tane tescilli yaylası bulunmaktadır. Çayır yaylası, Senit Alanı yaylası, Velledin yaylası, Melikler yaylası, Malanda yaylası, Kızıl alan yaylası, Körmenlik yaylası, Kara Eğrik yaylası, Alını oluk yaylası bunların başlıcalarıdır. Melikler yaylası Dedegöl Dağı'nın yamaçlarında bulunan kayalık, tırmanışa ve kamp yapmaya uygun ve her mevsim ayrı manzarası olan bir yayladır.1996'dan bu yana Mayıs ayında dünyanın her yerinden gelen dağcılar Melikler Yaylasında Dedegöl Dağı'nın zirvesine çıkmak için toplanmaktadır. Yaylalarda koyun ve keçi beslenmekte ve arıcılık yapılmaktadır (Yenişarbademli Belediyesi Tanıtım Kitapçığı, 2016:19).



Fotoğraf 6: Dedegöl Dağı Etekleri
Kaynak: Tatkan Arşivi, 2018



Fotoğraf 7: Melikler Yaylası Girişi
Kaynak: Tatkan Arşivi, 2018

Yenişarbademli çok çeşitli festival ve etkinliklere ev sahipliği yapmaktadır. 1996 yılından beri Mayıs ayında dünyanın her yerinden gelen dağcıların toplanıp çadırlar kurduğu dağcılık şenlikleri üç gün sürmektedir (Özgenç, 2017:13). Yine Temmuz aylarında ilçede Gökyüzü Gözlem şenliği yapılmaktadır. Etkinliğin yapıldığı Melikler Yaylası'ndaki "Cennet" adı verilen şenlik alanı 1700 m yüksekliktedir. 2017 yılı Temmuz ayında düzenlenen şenlikte yapılan karanlık ölçümüne göre Yenişarbademli ölçüm yapılan en karanlık yer olarak bulunmuştur (<https://astroturk.net/yenisarbademli-gozlem-senligi> erişim tarihi 10.01.2018). Bunların dışında Yenişarbademli, Pınargözü Kültür şenlikleri, Uluslararası Resim Çalıştayı ve Koleksiyon Sergisi gibi etkinliklere de ev sahipliği yapmaktadır. Her yıl ilçenin tescil edilmiş 55 yaylasından birinde yapılan Pınargözü Kültür şenlikleri, 3000 den fazla kişiyi ağırlamaktadır. Mahalli

sanatçıların katıldığı, yöresel müzikler ve etkinliklerin yer aldığı şölen, Türkiye'nin her yerinden katılımcılarla gerçekleştirilmektedir (Yenişarbademli Belediyesi Tanıtım Kitapçığı, 2016:20). Yenişarbademli ilçesinde gerçekleştirilen Uluslararası Resim Çalıştayı'nda üretilen resim, seramik ve heykel, el sanatları eserleri Antalya Erdem Beyazıt Kültür Merkezi Fuar alanında, İstanbul Beyoğlu Fransız sokağında ve Isparta merkezinde açılan sergilerle teşhir edilmektedir. Sergiler büyük bir ilgi görmekte ve aynı zamanda da ilçenin, ilin ve ülkenin tanıtımına katkı sağlanmaktadır (www.yenisarbademli.bel.tr/uluslar-arasi-resim-heykel-calistaylari erişim tarihi 29.05.2018). Türkiye ve dünyanın her bölgesinden amatör ve profesyonel resim sanatçıların ağırlayan ve Temmuz 2016 yılında altıncısı düzenlenen çalıştayı resimleri, 12 ülkenin katılımı ile 23 sanatçı tarafından oluşturulan eserlerle Antalya'da sergilenmiştir. Bu etkinlik, Yenişarbademli'nin, özellik ve güzelliklerinin tanıtılması için bir fırsat olmuştur (www.isteisparta.com Erişim Tarihi 29.05.2018). İlçede yapımı tamamlanan 1 mw'lık güneş enerjisi santrali (GES) kurulumuna ilişkin proje ile yapımı devam eden ve modern tekniklerle sulama imkânı sunacak olan Şehit Hüseyin Gökhan Eriç sulama göleti projesi bölge için oldukça önemli projelerdir. Şehrin tüm elektriğini üretecek olan yenilenebilir enerji projesi ile Yenişarbademli'deki doğal ortam korunarak, tüketmeden enerji üretilmeye başlanacaktır. Sulama göleti projesi ise, yedi milyon metreküp su hacmiyle bölgenin tarımsal sulama ihtiyacını kapalı devre sulama sistemiyle yapısal olarak değiştirecek bir projedir. Ayrıca, "Pınar Su" su şişeleme fabrikası da yapımı tamamlanmış durumdadır (Yenişarbademli Belediyesi Yıllık Tanıtım Kitapçığı, 2016:25). Yenişarbademli, tarım ve hayvancılık açısından çeşitli avantajlara sahiptir. İlçenin kapalı bir havzada olması yetişen ürünlerin organik olmasına imkân sağlamaktadır. Elma, ceviz, badem, fındık ve kiraz üretiminin yapıldığı ilçede ürünlerin %80'i birinci sınıf kalitede yetişmektedir (Yenişarbademli Belediyesi Tanıtım Kitapçığı,

2016:21). İlçe halkı tarım arazilerinin tamamını kullanamamaktadır. Bu durumun en önemli nedeni sulama suyu sıkıntısıdır. Arazilerin çok hisseli ve parçalı olması ile yaşanan ekonomik zorluklar da tarımsal üretimin az yapılmasına neden olmaktadır (Yenişarbademli Kaymakamlığı Gıda Tarım ve Hayvancılık İlçe Müdürlüğü Raporu, 2016). Bölgede hayvancılık 1992 yılında sit alanı ilan edilmesi ile yasaklanmıştır. Yenişarbademli belediyesinin çabaları ile 54 yayla 2010 yılında mera kanunu kapsamında tescillendirilmiş, hayvancılığın önü açılmıştır (Özgenç, 2017:15). Beyşehir gölünde yetişen göl balığı, doğal yaşama zarar vermeden olta balıkçılığı ile tutulmaktadır. Özellikle yaylalarda doğal beslenen koyun ve keçi sütü kalitesi çok yüksektir. Arıların endemik dağ çiçeklerinden özümlediği bal Türkiye'nin en kaliteli balları arasında yer almaktadır (Yenişarbademli Belediyesi Tanıtım Kitapçığı, 2016:21).

BULGULAR

Demografik Bulgular

Anket uygulamasına toplamda 127 kişi katılmıştır. Katılımcıların %22,22'si (29 kişi) kadın, %77,78'i (98 kişi) erkektir. Katılımcıların %71,65'i (91 kişi) 18-25 yaş; aralığında; %75,59'u (96 kişi) bekâr; %76,38'i üniversite mezunudur. Buna göre katılımcıların çoğunluğu erkeklerden, 18-25 yaş arasındaki bireylerden, bekâr ve üniversite mezunlarından oluşmaktadır. Ankete katılanların %62,20'si öğrenci; %25,99'u (memur, işçi, mühendis, şoför, öğretmen, ev hanımı gibi) diğer meslek gruplarındandır. Katılımcıların %62,20'sinin aylık geliri 1500 liradan daha az; %13,39'unun 2500-3500 lira aralığındadır. Katılımcıların %17,32'si Isparta; %16,54'ü Yenişarbademli; %8,66 Antalya; %40,94'ü diğer illerdendir.

Yenişarbademli'nin SWOT Analizi

Araştırmada katılımcılara uygulanan anket verilerine göre ilçenin güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditlere ilişkin görüşleri aşağıdaki Tabloda özetlenmiştir (Tablo 1).

Tablo 1: Yenişarbademli'nin SWOT Tablosu

İÇ FAKTÖRLER			
Yenişarbademli'nin Güçlü Yönleri		Yenişarbademli'nin Zayıf Yönleri	
Ormanları ve Yaylaları	%78,74	Merkezi yerlere uzak oluşu	%88,98
Doğal Kaynakları /Pınargözü Mağarası	%75,59	Tanıtım ve reklam yetersizliği	%83,46
Beyşehir Gölü ve balıkçılık	%67,72	Altyapının ihtiyaca cevap verememesi	%83,46
Bozulmamış çevre	%66,93	Eğlence ve AVM olmaması	%81,89
Manzara seyir noktaları, açık ve yeşil alanlar	%62,20	Turistlerin zorunlu ihtiyaçlarını karşılayacak mekânlara sahip olmaması	%76,38
Dağ turizminin yapılabilmesi	%58,27	Turizm bilincinin gelişmemiş oluşu	%71,65
Sahip olduğu kültür ve tabiat varlıkları	%56,69	Sit alanı olması	%66,93
Festivaller/Pınargözü kültür şenlikleri vs	%54,33	Konaklama ihtiyaçlarını karşılayamama	%66,93
İklimi	%52,76	Finansman ihtiyacı	%63,78
Endemik bitki türlerine sahip olması	%47,24	Yetersiz kamu konaklama merkezleri	%59,06
Av turizmi için kaynaklar/Yaban Hayatı	%44,88	Kamu kurumlarında yetersiz kaynak	%58,27
Enerji üretmek için gerekli kaynaklar	%41,73	Özel kurumlarda yetersiz kaynak	%55,12
Fauna gözlemciliğine imkân sunması	%41,73	Siyasi çekişmeler	%54,33
Kuş gözlemciliğinin yapılabilir olması	%39,37		
Bisiklet turizmi için alt yapıya sahip olması	%37,80		
Sahip olduğu tarihi eserler	%37,01		
Botanik turizmüne müsait olması	%35,43		
Turizme yönlendirilebilecek işgücü varlığı	%34,65		
Kamu kurumlarının tanıtım çalışmaları	%30,71		
Yöresel el ve yemek sanatları	%29,92		
DIŞ FAKTÖRLER			
Yenişarbademli İçin Çevresel Fırsatlar		Yenişarbademli İçin Çevresel Tehditler	
Zengin orman kaynaklarının olması	% 77,95	Ekonomik istikrarsızlıklar	%76,38
Doğal alanlarının bozulmamış olması	% 74,80	Ekoturizm kaynaklarının bilinmemesi	%74,80
Üniversite/Yenişarbademli MYO olması	% 70,08	Ekoturizm etkinlikleri için gönüllü azlığı	% 66,93
Dört mevsim farklı aktivitelere olanak vermesi	% 65,35	Paydaşlarla iletişimin zayıf olması	% 65,35
Turizm potansiyelinin yüksek olması	% 55,12	Yakın mesafede/diğer il-ilçe sınırlarında daha cazibeli yerler bulunması	%64,57
Devletin tabiat ve kültür varlıklarının korunmasına yönelik tedbirleri ve yatırım tahsisleri	% 47,24	Çevresel yönetmelikler/sit alanı vs.	% 64,57
Yöre insanının ekoturizmi desteklemesi	% 46,46	Mevsimsel tehditler/Çığ, Sel, Deprem	%56,69
Yöre insanının gelişmelere açık olması	% 45,67		
İnsanların ekoturizm etkinliklerine talebinin artması	% 44,88		
Devletin çevrenin korunmasına yönelik tedbirleri ve yatırım tahsisleri	% 44,88		
Devletin ekoturizm faaliyetlerine öncelik vermesi ve yatırım tahsisleri	% 44,09		

Yenişarbademli'nin Ekoturizm Açısından Önemli Kaynakları

Katılımcıların Yenişarbademli'nin önemli kaynaklarına ilişkin görüşleri Tablo 2'de gösterildiği gibidir.

Tablo 2: Yenişarbademli'nin Önemli Kaynakları

Anılma Adı	f	%	Sıralama
Mağaraları	112	19,18	1
Doğası, ormanları	96	16,44	2
Dağ yürüyüş güzergahları	82	14,04	3
Yaylaları	78	13,36	4
Piknik alanları	75	12,84	5

Endemik bitkiler(Dedegül, mantar vb)	54	9,25	6
Tarihi Eserleri	33	5,65	7
Festivalleri	31	5,31	8
Yemekleri, yöresel lezzetleri	12	2,05	9
Fuar / sergileri	11	1,88	10
n Gözlem Sayısı	127		
* A. Puan Toplam (Σf)	584		

Katılımcılara Yenişarbademli’de ne tür ekoturizm etkinlikleri yapılabileceği sorulmuştur. Katılımcıların görüşleri Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3: Yenişarbademli’de Yapılabilecek Etkinlikle

Yenişarbademli’de neler yapılabilir?	f	%	Sıralama
Doğa ve doğa yürüyüşü(Trekking)	98	77,17	1
Yayla Turizmi	86	67,72	2
Milli Park Ziyaretleri	81	63,78	3
Mağara Gezileri / Mağara turizmi	80	62,99	4
Dağ ve kış turizmi	67	52,76	5
Kamp / Karavan Turizmi	59	46,46	6
Bitki inceleme (botanik) turizmi	58	45,67	7
Bisiklet Turları	57	44,88	8
Yaban Hayatı Gözlemciliği-Foto Safari	51	40,16	9
Tarihi Alan Gezileri	51	40,16	
Gökyüzü Bilimi	47	37,01	10
Av turizmi	49	38,58	11
Kuş Gözlemciliği	42	33,07	12
Akarsu turizm	38	29,92	13
Atlı doğa yürüyüşü	31	24,41	14
Festival turizmi	30	23,62	15
Yöresel Lezzetler	29	22,83	16
Gelenek Görenek Tanıtımları	29	22,83	
Görsel Sanatlar	29	22,83	
Yöresel El Sanatları Sergileri	22	17,32	17
* Toplam n Gözlem Sayısı	127		
* Kümülatif f Sayısı	1034		

Yenişarbademli’de turizm faaliyetlerinin canlanması için neler yapılabileceğine ilişkin cevaplar Tablo 4’de görüldüğü gibidir.

Tablo 4: Yenişarbademli’de Turizmin Canlanması İçin Yapılacaklar

Turizmin Canlanması İçin Yapılacaklar	f	ORAN %
Etkinlik	49	72,07
Doğal Gezi	5	7,35
Tanıtım	3	4,41

Konaklama	3	
Alt Yapı Düzenlemesi	2	2,94
Ulaşımın Kolaylaştırılması	2	
Bilinçli Ev Pansiyonculuğu	1	1,47
Maddi Destek	1	
Eğitim Verilmesi	1	
Feribotun Getirilmesi	1	
Toplam	68	

Ekoturizme İlişkin Bulgular

Katılımcıların çevre, doğa ve ekoturizme ilişkin görüşleri Likert Ölçeği tarzında önermelerle sorgulanmıştır. Verilmiş cevaplar Tablo 5’de detaylı bir biçimde verilmiştir.

Tablo 5: Çevre, Doğa ve Ekoturizm İle İlgili Görüşler

Önermeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	N
Ekoturizm, ekonomik turizmdir.	% 12	% 15,2	% 27,2	% 22,4	% 23,2	125
Ekoturizm, ekonomisi deniz - kum - güneş olan turizmdir.	% 15,32	% 27,42	% 23,39	% 21,77	% 12,10	124
Ekoturizm, dağda, ormanda, göl kenarında yapılan turizmdir.	% 9,6	% 24	% 19,2	% 36,8	% 10,4	125
Ekoturizm, çevreye ve yöre kültürüne az zarar veren, kazancı yerel halka kalan turizm türüdür.	% 11,2	% 13,6	% 16	% 38,4	% 20,8	125
Çevrenin mutlaka korunması gerekmektedir.	% 8	% 8	% 5,6	% 35,2	% 43,2	125
Daha pahalı bile olsa genellikle çevreye daha az zarar veren ürünleri tercih ederim.	% 6,4	% 13,6	% 8,8	% 32,8	% 38,4	125
Çevre ile ilgili her türlü faaliyete gönüllü katılmak isterim.	% 13,71	% 9,68	% 12,90	% 44,35	% 19,35	124
Farkındalık oluşturmak için konferanslar ve eğitimler önem arz etmektedir.	% 8,8	% 13,6	% 16	% 42,4	% 19,2	125
Tatil için mekân seçiminde doğa önceliklidir.	% 7,26	% 16,94	% 16,94	% 26,61	% 32,26	124
Çevrenin korunmasında devlet ve özel sektörün desteği çok önemlidir.	% 9,02	% 11,48	% 7,38	% 25,41	% 46,72	122
İlçenin tanıtılması için kamu kurumları elinden geleni yapmaktadır.	% 29,13	% 24,41	% 14,96	% 17,32	% 14,17	127
İlçenin tanıtılması için özel sektör elinden geleni yapmaktadır.	% 36	% 20,8	% 23,2	% 8,8	% 11,2	125
İlçe ekoturizm için uygun bir yapıya sahiptir.	% 12,60	% 18,90	% 13,39	% 29,92	% 25,20	127

Ekoturizm etkinliklerinin ilçeye katkısı olur.	%8,66	%16,54	%18,11	%30,71	%25,98	127
İlçenin temiz ve keşfedilmeye değer bir doğası vardır.	%11,02	%7,87	%9,45	%24,41	%47,24	127

Görüldüğü üzere, “Ekoturizm, çevreye ve yöredeki kültüre az zarar veren ve kazancı yerel halka kalan turizm türüdür” ifadesine katılımcıların, %59,2’si; “Çevrenin mutlaka korunması gerekmektedir” ifadesine %78,4’ü; Daha pahalı bile olsa genellikle çevreye daha az zarar veren ürünleri tercih ederim” önermesine %71,2’si; “Yenişarbademli’nin temiz ve keşfedilmeye değer bir doğası vardır” ifadesine %71,65’i katıldıklarını ifade etmişlerdir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İstihdam ve gelir artışı sağlaması, yüksek katma değere sahip olması, ödemeler dengesini desteklemesi, altyapı, üstyapı ve diğer sektörlere olumlu etkilerinin olması gibi nedenlerle özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından turizm ve bilhassa sürdürülebilir turizm etkinlikleri oldukça önemlidir (Özkök, 2006:89). Doğayı koruma, yerel halkın refahını gözetme, çevreye zararı minimize etme ve yöresel kültüre duyarlı olma konularına öncelik veren ekoturizmin, son yıllarda ülke ekonomilerinde önemli bir yer tutmaya başladığı görülmektedir. Geçmişte çok çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapmış olması nedeniyle ülkemizin tarihi, coğrafik, kültürel, doğal kaynakları, dünya turizm gelirlerinden yüksek oranda pay almasını sağlayabilecek potansiyeldedir. Bu noktada, sahip olunan kaynakların tespiti ve tanıtımı ile geleceğe ilişkin planlama faaliyetleri stratejik öneme sahiptir ve henüz ortaya çıkmamış zenginliklerin tespitine yönelik tüm araştırma ve raporlar oldukça önemlidir.

Yenişarbademli’nin ekoturizm potansiyelini, SWOT Analizi aracılığı ile ortaya koymak üzere yapılan bu çalışmada, ilçenin güçlü ve zayıf yönleri ile dış çevresindeki fırsat ve tehditlerin tespitine çalışılmıştır. Böylece Yenişarbademli’de ekoturizmin uygulanabilirliğine ve potansiyeline ilişkin bilgilere ulaşmak mümkün olmuştur. Bu bilgilerin, ekoturizm planlama çalışmalarına katkı sunması ve geleceğine dair öngöründe bulunmayı kolaylaştırması, etkinliklere vizyon oluşturması beklenmektedir. Planlanan ve düzenlenen etkinliklerin, yörenin ekonomik ve sosyal gelişimine katkı sağlaması, turizm gelirlerinden alınan payı yükseltme hedefi kapsamında Isparta

bölgesi ve özelinde Yenişarbademli’nin tanıtımına destek olması ümit edilmektedir.

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen SWOT analizi sonuçlarına göre; Yenişarbademli’nin güçlü yönleri, ormanları; Melikler Yaylası başta olmak üzere yaylaları, mağaraları ve doğal kaynaklarıdır. Yine, Beyşehir Gölü kıyısında ve bozulmamış çevreye sahip olması, manzara seyir noktaları ile açık ve yeşil alanları en güçlü yönleri arasındadır. Yenişarbademli’nin zayıf yönleri, ilçenin merkezi yerlere uzak olması, tanıtım yetersizliği, altyapının ihtiyaçlara cevap verememesi, eğlence ve alışveriş merkezleri ile turistlerin zorunlu ihtiyaçlarını karşılayacak mekânların olmaması, turizm bilincinin yeterince gelişmemiş olmasıdır. Zengin orman kaynakları, bozulmamış doğa ve ilçede Meslek Yüksek Okulu’nun bulunması, dış çevredeki fırsatlardır. Ekonomik istikrarsızlıklar, ilçenin ekoturizm kaynaklarının bilinmemesi ve yakın yerlerde daha cazip mekânların bulunması, çevresel tehditler olarak değerlendirilmiştir.

Yenişarbademli, doğa yürüyüşü, yayla turizmi, milli park ziyaretleri, bozulmamış doğası ve mağara turizmi ile öne çıkmaktadır ve ekoturizm etkinliklerine ev sahipliği yapabilecek potansiyeldedir. İlçede kuş gözlemcilerinin izleme yapabileceği yerler; foto safari meraklıları için inanılmaz manzaraların görüntülenebileceği uygun alanlar; çam ve ardıç ağaçları arasında doğa yürüyüşü parkurları, kaya ve dağ tırmanışları için birçok tepe bulunmaktadır. Dağcıların uğrak yeri olan Dedegöl Dağı her yıl yüzlerce dağcıyı ağırlamakta; Orienteering (doğada yön bulma) aktiviteleriyle harita meraklılarının ilgisini çekmekte; 213 endemik bitki türü ile bitki gözlemcilerinin vazgeçilmezi olmaktadır. Ayrıca, Yenişarbademli Türkiye’nin ve Avrupa’nın en uzun mağarası olan Pınargözü Mağarası ile turizme katkı sağlamaktadır. Her yıl Temmuz ayında düzenlenen Geleneksel Pınargözü Kültür Şenlikleri ile kültürün, gelenek ve göreneklerin gelecek nesillere aktarılması sağlanmaktadır. Bu tür şenlikler, bir taraftan kültür turizminin yaygınlaşmasına, diğer taraftan yörenin ekonomisine katkı yapmaktadır.

Yenişarbademli için en önemli sorun ulaşımdır ve ilçenin yakın merkezlerle olan bağlantılarının iyileştirilmesi gerekmektedir. Ekoturizm ile ilgili planlama yapılabilmesi için öncelikle Yenişarbademli'nin sahip olduğu tüm zenginliklerinin tespit edilmesi; ekoturizm açısından kapsamlı bir envanterin hazırlanması gerekmektedir. Ekoturizmde önemli bir konu, ekoturizm alanlarının taşıma kapasitesidir. Gerçekleştirilecek etkinliklerde kullanıcı sayılarının, alanın kapasitesine göre belirlenmesi önemli ve gereklidir. Kaynakların korunması ve etkinliğinin arttırılmasına yönelik çalışmalar yapılması gerekmektedir. Kullanım kapasitelerinin aşılması ve yanlış yer seçimleri, kaynakların korunmasını ve devamlılığını olumsuz yönde etkileyebilecektir. Bu konuda özel koruma hükümleri geliştirilmelidir. Yörede yaşayanlar dikkate alınmalı, yaşam biçimleri, gelenekleri, kazançları gözetilerek, mağdur edilmeden ve göç etmeye zorlanmadan koruma-kullanma dengesi oluşturulmalı; yöre halkı ekoturizm konusunda bilinçlendirilmeli ve eğitilmelidir.

Yenişarbademli ilçesi ve yakın çevresinde alt ve üst yapı, yol, drenaj gibi yapı sorunlarının doğal çevreyi bozmadan giderilmesi gerekmektedir. Ev pansiyonculuğu, küçük günübirlik konaklama işletmeciliği yapılabilmesi için yerel halk teşvik edilmeli ve gerektiğinde kredi ile desteklenmelidir. Yenişarbademli halkının işsizlik ve bundan kaynaklanan göç sorunu da dikkate alındığında, istihdamı arttırmaya yönelik adımların ilçe açısından ne denli önemli olduğu ortadadır. Özellikle son yıllarda kitle turizminin yerini alternatif turizmin almasıyla, turizm acentelerinin Yenişarbademli gibi keşfedilmemiş destinasyonları fark etmeleri ve tercih etmeleri, önemli bir çevresel fırsat olarak değerlendirilebilir. İlçede ekoturizm etkinliklerinin ve bunların gerçekleştirileceği alanların belirlenmesinde turizm şirketleri, acenteler, yöre halkı, kamu yöneticileri ve üniversiteler işbirliği yapmalıdır. Yöresel el sanatları, müzik, giyim-kuşam ve yöresel yemekler ekoturizm aktivitelerinde ve tanıtım faaliyetlerinde kullanılacak önemli değerlerdir. Üretilen sera ürünleri, sebze, meyve, pekmez gibi ürünler hane halkları için ek bir kaynak olacak; ekoturizmin amaçlarından biri olan yöre halkının kazanç sağlaması gerçekleşmiş olacaktır. Böylece ilçede ekonomik sorunlar minimize edilebilecek, birey başına gelir seviyesinin yükselmesi mümkün

olabilecek; hatta dışarıya göç önenebilecektir. Son verilere göre ilçe ve ilçeye bağlı köy nüfusunda azalma meydana gelmiştir. Bunun en önemli nedeni, üniversite mezunlarına iş imkânının olmamasıdır. Ayrıca bölge üzerinde doğal ve kültürel zenginliklere ait veri bankası oluşturulmalı, ulusal ve uluslararası basında bölgenin tanıtımına ağırlık verilmelidir. Markalaşma çalışmaları tüm paydaşlar tarafından desteklenmeli; yöreyi tanıtan broşürler çoğaltılarak dağıtımı mümkün olduğunca geniş alanlara yapılmalıdır.

İlçenin ekosistemi içerisinde yaşayan yabani hayvanların ve özellikle kuş türlerinin belirlenmesi, bunların göç yolları üzerinde olan Yenişarbademli'nin öneminin anlaşılmasına büyük fayda sağlayacak; hatta ilçenin, dünyada kuş gözlemciliği turizminin (ornito) önemli noktalarından birisi haline gelmesine zemin hazırlayabilecektir. Böyle bir doğa olayına katılacak turistlerin ilçenin ekonomisine ve tanıtımına katkısı tartışılmazdır.

Beyšehir Gölü'nün orman içi sahasında bisiklet turları, yürüyüş, kamp-karavan, çadır turizmi ve yerel şenlikler gibi eğlenceye yönelik aktiviteler düzenlenerek Isparta ve çevre illerde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin bölgeye gelmesi sağlanabilir ki bu, ekonomik canlanmaya neden olacaktır. Ekoturizm etkinlikleri konusunda öğrenci, halk ve ziyaretçilere farkındalık kazandırılabilir; bu etkinliklerin önemi vurgulanabilir ve gelecek nesillere güzel bir doğanın bırakılması konusunda bilinçlendirme faaliyetleri gerçekleştirilebilir.

Yenişarbademli açısından ortaya çıkan fırsatların en iyi şekilde değerlendirilmesi için iyi bir eylem planının hazırlanması, bir koordinasyon kurulunun kurulması, uzun dönemli stratejilerin belirlenmesi ve gerekli bütçenin kamu veya özel sektör tarafından tahsis edilmesi gerekmektedir. İlçeye yönelik turizm/ekoturizm projelerinin ve yatırımlarının Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA) tarafından desteklenmesi gerekmektedir. Yenişarbademli ile ilgili önerilerin gerçekleşebilmesi için ekoturizm alanında uzman birey ve kurulların sorumluluk üstlenmesini gerektirmektedir. Bu konuda tüm paydaşlardan destek alınmalı; üniversiteler üzerine düşeni yapmalıdır.

Sonuç olarak, bu araştırmada elde edilen bulgulara göre Yenişarbademli, sahip olduğu doğal

güzellikleri ve kültürel mirasıyla ekoturizme ev sahipliği yapabilecek potansiyelindedir. Ormanları, yaylaları, doğal kaynakları, dağ turizmi, kuş gözlemciliği, botanik turizmi, seyir noktaları, ilçenin ekoturizm açısından ne denli zengin kaynaklara sahip olduğunun kanıtıdır. Ekoturizm etkinliklerinin bölgede amacına uygun olarak gerçekleştirilebilmesi için öncelikle kaynak envanterinin tespiti, üst ve alt yapının hazır hale getirilmesi, yoğun reklam ve tanıtım faaliyetlerine girişilmesi gerekmektedir. Bunların gerçekleştirilmesi için tüm paydaşların işbirliği içerisinde hareket etmesi zorunludur.

KAYNAKÇA

Aldebert, B. ; Dang, R.J.; Longhi, C. (2011). İnnovation in the Tourism İndustry: The Case Of Tourism. *Tourism Management*, 32, pp.1204-1300.

Aydın, O. (2012). Türkiye’de Alternatif Bir Turizm; Sağlık Turizmi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23): 91-96.

Berber, ř. (2003). Sosyal Değişme Katalizörü Olarak Turizm ve Etkileri, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 9: 205-221.

Birdir, K. & Karakan, H. İ. (2015). Gaziantep İlinin Turizm Açısından SWOT Analizi ve Turizmin Geliştirmesine Yönelik Öneriler.Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi. 13(1). 77-92.

Blamey, R. K.(2001).Principles of ecotourism. *The encyclopedia of ecotourism*. 2001.pp. 5-22.

Clarke, J. (2010). *A Synthesis of Activity Towards The Implementation of Sustainable Tourism: Ecotourism in a Different Context*. Journal of Sustainable Tourism. School of Business, Oxford Brooks University, pp. 57-59.

Dyson, R. G. (2004). Strategic development and SWOT Analysis at the University of Warwick, *European Journal of Operational Research* 152, 631-640.

Fennel, D. A. (2007). *Ecotourism*. Third Edition. Routledge. London and New York. file:///C:/Users/user/Downloads/9780203939581_googlepreview.pdf. Erişim Tarihi 31.3.2019.

Firth, T. & Hing, N. (1999). Backpacker hostels and their guests: Attitudes and behaviours relating to sustainable tourism. *Tourism Management*, 20(2), 251-254.

Genç, M., Güner, T. (2003). Göller Bölgesi’nin Anıt Ağaçları, Isparta Valiliği İl Özel İdare Müdürlüğü.

Goodwin, H. (1996). In pursuit of ecotourism. *Biodiversity & Conservation*, 5(3): 277-291.

GORANCZEWSKI, B.& PUCIATO, D. (2010). Swot Analysis in the Formulation of Tourism Development Strategies for Destinations, 20(2), 45-53.

Gössling, S. Hansson, Borgström, C., Horstmeier, O. Saggel, S. (2002), “Ecological Footprint Analysis As A Tool To Assess Tourism Sustainability”, *Ecological Economics*, pp:199-211, Elsevier Science Ltd.

Greenwood, J.B. (2006). *Sustainable Development in a Tourism Destination Context: A Plimsoll Model of Sustainability In Tyrell County*.Unpublished Ph.D.Thesis, Graduate

Hay, G. J. & Castilla, G. (2006). Object-Based Image Analysis: Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT). Proc. 1st Int. Conf. OBIA.

Honey, M. (2008). *Ecotourism and sustainable development: Who owns paradise?*. Island Press.

Hussey, D. (2002). Company Analysis: Determining Strategic Capability, Stretegic Change, John Wiley&Sons, Ltd., 11, 43-52.

Joshi, V. K., & Luka, R. (2011). Ecotourism regions of Chhattisgarh and its effect on wildlife. *Journal of Experimental Sciences*. 2(10): 55-57.

Kamacı, S. (2015). Hakkâri İlinde Ekoturizm Olanaklarının Araştırılması, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Karadeniz, E.; Kandır, S. Y.& Önal, Y. B. (2007). Seçilmiş Paydaşların SWOT Yöntemiyle Türk Turizm Yatırımlarını Değerlendirmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(2), 195-205.

Kızılaslan, N. ve Ünal, T. (2014). Tokat İlinin ekoturizm/kırsal turizm potansiyeli ve SWOT analizi. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*, (9), 45-61.

Koncul, N. (2007). Environmental Issues and Tourism, *Ekon. Misao Praksa DBK*. 2:157-160.

Kozak, N., Kozak, A. M.&Kozak, M. (2001). *Genel Turizm: İlkeler, Kavramlar*. (5. Baskı). Ankara. Detay Yayıncılık.

- Kozak, N. (2012). Genel Turizm Bilgisi, Birinci Baskı, Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Külekçi, E. A. ve Bulut, Y. (2013). Erzurum İli Oltu İlçesi Ve Yakın Çevresi Ekoturizm Potansiyelinin SWOT Analiz Yöntemi İle Belirlenmesi. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 14(1), 1-12.
- Kuter, N. ve Ünal, H. E. (2009). Sürdürülebilirlik Kapsamında Ekoturizmin Çevresel, Ekonomik Ve Sosyo-Kültürel Etkileri, Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 9(2): 146-156.
- Küçükaslan, N. (2007). *Özel İlgi Turizmi*. Bursa: Ekin Yayınları.
- Leung, Y., Marion, J. L., & Farrell, T. A. (2001). The role of recreation ecology in sustainable tourism and ecotourism. *Tourism, recreation and sustainability: Linking culture and the environment*, 21-39.
- Nişancı, Z. N., & Haznedar, H. A. (2017). A Research Towards Determining The Ecotourism And Eco-Entrepreneurship Potential Of Nazarköy. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 7(3-4): 15-41.
- Orhan, T. ve Karahan, F. (2010). Uzundere ilçesi ve yakın çevresinin ekoturizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 11 (1):27-42.
- Oxford Student's Dictionary (2007).Oxford University Press. Edited by:Alison Waters.
- Özgenç, D.B.(2017). Saklı Cennet Yenişarbademli. Belediye Başkanı Mustafa Erdem ile röportaj. Akdeniz Bülten Dergisi. <http://www.akdenizbulten.com/sakli-cennet-yenisarbademli/20807/> Erişim Tarihi: 13 Şubat 2018.
- Özkök, F. (2006). Yoksulluğun Azaltılmasında Turizmin Yeri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(15), 85-98.
- Rahemtulla, Y.& Wellstead, A. (1999).Ecotourism in the Foothills Models Forest. Report.January 1999.
- Rahemtulla, Y. G., & Wellstead, A. M. (2001). *Ecotourism: understanding competing expert and academic definitions* (Vol. 380).
- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the Empowerment of Local Communities, *Tourism Management*, 20(2): 245-249.
- Simoneaux, S. L. &Stroud, C. L. (2011). SWOT Analysis: The Annual Check-up for a Business. *Journal of Pension Benefits: Issues in Administration*, 18(3), 75-78.
- Sirakaya, E. Sasidharan, V. & Sönmez, S.(1999). Redefining Ecotourism: The Need for a Supply-Side View, *Journal of Travel Research*, 38(2): 168-172.
- Stone, M. J.(2002). Ecotourism&Community Development: Case Studies From Hainan, China, Master Thesis, university of Waterloo.
- Stronza, A. (2001). Anthropology of Tourism: Forging New Ground for Ecotourism and Other Alternatives, *Annual Review of Anthropology*, 30(1): 261-283.
- The International Ecotourism Society (TIES) <https://ecotourism.org/ties-overview/18.6.2020>
- The International Ecotourism Society(TIES) <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/#:~:text=Ecotourism%20is%20about%20uniting%20conservation,%2C%20behavioral%2C%20and%20psychological%20impacts./18.6.2020>
- The World Tourism Organization (UNWTO). <https://www.unwto.org/why-tourism> 18.6.2020
- Tutar, E. (1998). Ekoturizm-Göksu Deltası Uygulamaları ve Eğirdir Gölünde Ekoturizm Olanakları, I. Ulusal Turizm Sempozyumu, 17-19 Eylül, SDÜ Basımevi, Isparta
- Türkiye Turizm Stratejisi, 2023. (2007). Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara.
- Ülgen, H.& Mirze, S. K.(2004). İşletmelerde Stratejik Yönetim, Literatür Yayınları, İstanbul.
- Wall, G. (1997). Is ecotourism sustainable?. *Environmental management*, 21(4), 483-491. https://scholar.google.com.tr/scholar?hl=tr&as_sdt=0%2C5&q=Ecotourism&btnG= 18.6.2020
- Wearing, S., & Neil, J. (2009). *Ecotourism: impacts, potentials and possibilities?*. Routledge.
- Weaver, D. B. (1999). Magnitude of ecotourism in Costa Rica and Kenya. *Annals of tourism research*, 26(4), 792-816.
- Weihrich, H. (1982). The TOWS matrix—A tool for situational analysis. *Long range planning*, 15(2), 54-66.
- Wood, M. (2002). *Ecotourism: Principles, practices and policies for sustainability*. UNEP.

- Yenişarbademli Kaymakamlığı Gıda Tarım ve Hayvancılık İlçe Müdürlüğü Raporu. (2016). <http://www.dogalhayat.org> erişim tarihi 13.10.2017
- Yenişarbademli Belediyesi Tanıtım Kitapçığı. (2016). <http://www.superhaber.biz> erişim tarihi 21.10.2017
- Yenişarbademli Belediyesi Resim Arşivi <https://astroturk.net/yenisarbademli-gozlem-senligi> erişim tarihi 10.01.2018
- <http://www.nkfu.com/yenisarbademli-nerededir/> erişim tarihi 6.10.2017
- <http://www.ispartalilerderneği.org/> erişim tarihi 7.10.2017
- <http://www.ispartakulturturizm.gov.tr/> erişim tarihi 10.10.2017
- <http://www.yenisarbademli.gov.tr> erişim tarihi 6.10.2017
- <http://www.yenisarbademli.bel.tr/> erişim tarihi 13.10.2017
- <http://www.faydalarizararlari.com/> erişim tarihi 13.10.2017
- <http://www.isteisparta.com> erişim tarihi 29.05.2018
- <http://www.yenisarbademli.gov.tr/tanitim> 10.10.2017
- <https://www.haberler.com/isparta-da-yeni-bir-karayosunu-turu-kesfedildi-5305568-haberi/> Eriş.Tarihi 20.10.2017



THE FUTURE OF TOURIST GUIDANCE CONCERNING THE DIGITAL TECHNOLOGY: A COMPARATIVE STUDY

Research Article

Murat NAZLI¹

ABSTRACT

The advancements in robotic technologies, artificial intelligence, and digital applications prepared the grounds for occupations, especially tourist guidance in the tourism industry. The study is one of the preliminary studies in its field having a comparative approach to analyze tourist guidance concerning the development of digital technology from the perspective of tourist guidance students and Turkish professional tour guides. Simple random sampling is used in the study. The first sample is 52 tourist guidance students in a foundation university. The second sample is 20 professional tour guides. A structured interview technique is used to collect data from the students and a telephone interview technique is used for the tour guides. Findings reveal that the guides do not believe that digital development will affect their jobs negatively soon but they know there is a threat of robots with artificial intelligence, the use of digital applications, and smart technologies. They highlight the key tools on their hands such as the human touch and emotions, human expression of feelings about tourist spots instead of digital voices, apps, and virtual tours. More than half of the guidance students think that they are going to lose their jobs to a robot guide. The study enlightens the field of tourist guidance for researchers and organizations.

Keywords: Tourist Guidance, Digital Technology, Robot Guide

JEL Classification Codes: Z30, Z32

¹ Ph.D., Adjunct Lecturer, Yasar University, School of Applied Sciences, nazli.murat@gmail.com, <http://orcid.org/0000-0003-0335-1706>

“Nazlı M. (2020). The Future Of Tourist Guidance Concerning The Digital Technology: A Comparative Study, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, Vol 4: No: 1, p. 66-78, doi: 10.30625/ijctr.692463”

INTRODUCTION

The digital developments in all industries including the tourism industry have a tremendous impact on the way organizations carry on their businesses. More specifically, the robot guides in museums (Carjaval, 2017), the humanoid guide robots (Díaz-Boladeras et al., 2015; Boboc et al., 2014), the mobile apps in tourist guidance and the service industry (Nugraha & Alimudin, 2020; Dorcic et al., 2019; Bogicevic et al., 2017; Lai, 2015), the virtual tours (Loureiro et al., 2020; Bhatti et al., 2018), the virtual reality in tourism experience (Nisiotis et al., 2020; Bogicevic et al., 2019), the gendered tour guide robots and their effect on the behavior of users (You & Lin, 2019), the information kiosks, 3D devices, and game-based tools (Hacioglu & Tekin, 2016), and the studies related to robots understanding the mimics and gestures of humans, and responding according to their emotions (Ahn & Choi, 2012) show the transformation in tourist guidance, and the perspectives in this occupation. However, in Turkey, the use of headsets through radio frequencies, microphones, and audio-guides that serve as providing information about the destinations to tourists with several languages are some of the technological examples influencing the profession of tourist guidance.

How much the professional tour guides and the guidance students have the current understanding of digital technologies and their impact on how they perform their tasks throughout the tour programs efficiently and effectively is a crucial matter in this digital period. Therefore, adapting to the business contingencies in the tourism market, understanding the digital transformations of consumers in tourist guidance, and the factors affecting the behavior of the organizations' employees, the guides in this study, will allow analyzing the broad views of the professional tour guides and the guidance students, which is under-researched in Turkey.

The theoretical perspective of the study emphasizes the contingency approach. The views in understanding the technological contingencies in the tourism market are critical for future services and building strategies accordingly. Along with this theory, the fundamental purpose of this comparative study is to analyze tourist guidance concerning the development of digital technology from the perspective of Turkish professional tour

guides and the guidance students in a foundation university, which is one of the early studies in the guidance field in Turkey and this exploratory study will fill the current gap in the literature. The depth of their comparative point of view will bring different insights to the profession of guidance. Next, the secondary purpose of the study is to increase awareness within the tourism industry that the robot tour guides exist in guidance services and these guides will influence how the tourism professionals do business, react to technology-related contingencies to satisfy the needs and wants of visitors, and interact with various types of visitors through technology.

The first section consists of the theoretical background of the study that is related to the contingency theory, tourist guidance, and its relation to technological advancements in the tourism industry. The second section is the methodology of the study and the main findings. Finally, the third section consists of the discussion, conclusion, implications, limitations, and future research in the field of tourist guidance.

THEORETICAL BACKGROUND

Contingency theory's idea is that *"There is no universal or one best way to manage an organization and the design of organizations and their subsystems must fit with the environment"* (Galbraith, 1974: 36). According to the theory, there are inside and outside factors influencing the behavior of organizations and the results. Doh et al. (2017) highlight that different business contexts, dependent on internal and external situations, affect decisions and outcomes. In literature, the theory is used in numerous tourism studies but no study uses the contingency approach to understand the relationship between tourist guidance and the digital effects on the job of tour guides. For this reason, in this study, the theory can help to understand the respondents' perspectives towards the digital formations in tourist guidance and how they are going to adapt to certain technological changes in the profession of tourist guidance that are essential for applying the necessary skills for the future.

Considering the technological improvements in tourist guidance, the contingent factors, and the changing market conditions in the tourism industry, and the progress in human-machine interaction, it is not possible to ignore the influence

of robot tour guides on tourist guidance. There is a possibility that the robot guides can replace human tour guides in most of the tourist destinations, as it started to happen in museums (Carjaval, 2017), airports (Donadio et al., 2018; Bogicevic et al., 2017), hotels (Yu, 2020; Trovato et al., 2017), restaurants (Huang & Lu, 2017), entertainment centers (Ivanov et al., 2017), and art galleries (Wynne, 2016).

Although the human touch is very important in transferring the feelings and providing services to different types of visitors and the digital guides start to appear in the tourism and hospitality industry more than before, the adaptation of the skillsets of tour guides to the technological advancements along with the agencies is a key issue to comprehend the contingent factors in the occupation of tourist guidance so that the travel agencies and tour operators can apply the necessary strategies while forming the tours that create tourist experiences.

TOURIST GUIDANCE AND DIGITAL TECHNOLOGY

The digital education in guidance programs in universities (El-Din, 2019) plays a significant role in adapting the skills to service requirements of future generations. The developments in digital technology (Prusty et al., 2020; Elgammal et al., 2020) influence almost every single job that exists on earth, and the jobs in the tourism and hospitality industry as well. The advancements in robotic technologies, software use and programming (Tussyadiah, 2020), artificial intelligence (AI), and digital applications (Zsarnoczky, 2017) prepared the grounds for occupations, especially tourist guidance in the tourism industry. Therefore, the robot receptionists, robot tour guides, robot instructors, and robot teachers are some of the terms that are not heard of two decades ago. A humane relationship between the visitors and staff is pivotal in the service industry while serving the guests with politeness, courtesy, and empathy but due to the development of digital and robotic technologies (Loureiro et al., 2020; Nisiotis et al., 2020; Yu, 2020), a human-machine relationship occurred in the service industry (Pencarelli, 2019). The current studies discuss the effects of digital transformation on guidance services (Prusty et al., 2020; Ch'ng et al., 2019; Yildiz, 2019; Burton, 2018), mobile distractions affecting the tourist

experience (Ayeh, 2018), the effects of the wearable augmented reality technology on the service industry (Tussyadiah et al., 2018), the effects of tour guide robots on the behavior of users (You & Lin, 2019) or the replacement of human guides with the robot guides (Yu, 2020; Donadio et al., 2018).

There are several attributes that the tour guides should have according to various authors (Weiler & Black, 2015; Colakoglu et al., 2010) such as being extrovert, hospitable, being responsible, having leadership attributes, having a sense of humor and being talkative, and having business ethics (Guzel, 2007), knowledge, skillset, and physical appearance (Tetik, 2006), leadership and social skills, presentation and ability to speak, and ability to understand situations, comment on issues properly, being passionate (Colakoglu et al., 2010), being highly skilled experience-brokers and consider digital technology while satisfying the needs and wants of different groups of visitors (Weiler & Black, 2015), and even being a psychologist, translator or an animator (Mancini, 2001), and surrogate parents comforting the tourists (Urry & Larsen, 2011).

How much of these valuable features are required for the robots that are providing guidance services in museums (Burton, 2018; Carjaval, 2017), open areas (Kyodo News, 2018), fairs (Stricker et al. 2012), hotels (Trovato et al. 2017), tours (Yildiz, 2019), exhibitions (Rzayev et al., 2019; Trahanias et al., 2005), art galleries (Wynne, 2016), and airports through self-service tech (Bogicevic et al., 2017) or how the technological advancements in tourist guidance affect the way tour guides do their jobs is an essential matter to discuss. Due to this reason, learning the perspectives of professional tour guides on technological developments concerning their job and their possible impacts on tourist guidance are critical. Whether they are willing to adapt to the contingencies in the tourism market and how they respond to the technological changes are key points to consider as well.

METHODOLOGY

Purpose of the study

The study is one of the preliminary studies in its field having a comparative approach to analyze tourist guidance concerning the development of digital technology from the perspective of tourist guidance students and Turkish professional tour

guides. The depth of their comparative perspectives about the improvements in digital technology will bring various insights into the profession of tourist guidance. The second purpose of the study is to raise awareness that the robot guides exist in several guidance services and these type of guides will affect how the professionals do business in tourism and react to technological contingencies to satisfy the needs of visitors.

Method and Sample

Simple random sampling is used in the study. The first sample group consists of 52 respondents who study tourist guidance in a foundation university in Izmir among a list of registered students. A total of nine questions is asked and six of them are open-ended questions. It took approximately 30 minutes for each of the respondents to answer the questions briefly in empty classrooms where there is no distraction, through a structured-interview technique starting from the beginning of March 2019 until the end of April 2019. The second sample group consists of 20 professional tour guides who work in the tourism industry for a very long time. The reason for contacting 20 tour guides but not more is that the researchers recognized that the collected information is being repeated after 20. The same situation is valid for the number of guidance students. A total of ten questions is asked and six of them are open-ended questions. It took 15 minutes for each of the professional tour guides to respond to the questions in a short time, through a telephone interview technique starting from the beginning of May 2019 until the mid of June 2019. We reached these randomly selected professional guides' contact information from The Turkish Union of Tour Guides and contacted with these tour guides in the day time, except the weekends due to the possibility of their very busy work schedules. The fundamental reason for preferring a qualitative technique in this study is to explore and compare the perspectives of two different sample groups through face-to-face communication with the guidance students and a telephone interview with the professional tour guides in a time limit. Along with the content analysis, data are evaluated by frequencies and percentage distributions. Based on the findings, the results and implications are presented.

The study questions are organized and based on the inspiration from the following studies mainly (Yildiz, 2019; Boboc et al., 2014; Trahanias et al., 2005). These studies mainly discuss robotics technology and its effects on the tourism industry and tourist guidance. Besides the open-ended questions, the demographic features are presented in terms of gender, age, work experience, and length of being a professional tour guide. The first question is adapted for the tour guides stating that "As a professional tour guide, what difficulties do you see in performing your job while competing in the international market?" The open-ended questions along with the inspirational studies are as follows. (1) As a potential future tour guide, what difficulties do you see in performing your job while competing in the international market? (Yildiz, 2019; Boboc et al., 2014). (2) What will be the digital trends that will affect the jobs of professional guides in the next 15 years? (Ch'ng et al., 2019). (3) What will be the biggest digital impact on the job of tour guides? Consider digital technology, robots, AI, services, social media, and smart technology in your answer. (Bogicevic et al., 2019; Trahanias et al., 2005). (4) As a consumer, what should we expect from the agencies in terms of providing digital services for the future? (Ivanov et al., 2017). (5) Is there a possibility that a professional tourist guide might lose his/her job to a robot in the future and why? (Yildiz, 2019). (6) Which one do you prefer as a tour guide? A robot guide (look like a human, well-equipped), or a human (have the knowledge, skills, qualifications, and physical appearance)? Why? (Boboc et al., 2014).

FINDINGS

The comparative findings reveal the key perspectives of professional tour guides and tourism guidance students under six topics. These topics are the difficulties in performing the job (Table 2), the technological changes that can affect the jobs of guides in the next 15 years (Table 3), the biggest digital effect on the jobs of guides (Table 4), the expectations of consumers in terms of digital services of agencies for the future (Table 5), the possibility of losing the job of a tour guide to a robot, and the preference of a robot or a human as a tour guide (Table 6). Table 1 presents the demographic characteristics of this study in detail.

Table 1: Demographics of tourist guidance students and professional tour guides

<i>Guidance students (N= 52)</i>	<i>Average</i>	<i>%</i>	<i>Tour guides (N= 20)</i>	<i>Average</i>	<i>%</i>
Gender		100			100
Female		38.5			25
Male		61.5			75
Age		100		40.3	100
Female	22.8	38.5		40.6	25
Male	23.1	61.5		40.2	75
Work experience (months)		100	Work experience (years)	16.4	100
Female	2.1	38.5		15.8	25
Male	13.6	61.5		14.7	75
Study Field			Being a tour guide	12.2 years	100
Tourism Guidance		100	Female	15.6	25
			Male	11.7	75

Hassles in Performing the Job

Table 2 presents the difficulties while performing the job according to the responses of professional tour guides and the students who are studying tourism guidance in a foundation university. One-fourth of the guides stated the problems they face with the agencies such as providing missing

information, misleading tour schedules, and lack of professionalism. On the other hand, 19.2 percent of the tourist guidance students mentioned the difficulties in understanding unique personalities and dealing with cultural conflicts, adapting to different types of tourists, nationalities, and various age-groups.

Table 2: Hassles in performing the job

Professional tour guides (N= 20)	Frequency	Percentage
Problems with the travel agencies (providing missing information, missing schedules, irresponsibility, and lacking professionalism)	5	25
Traffic, transportation problem, night travel	4	20
Bus drivers' lack of training	2	10
There is no seat for the guides because it is sold to the tourists	2	10
Lack of qualification for some guides	2	10
The apathy of some tourists acting like they already know everything	2	10
Long working hours	1	5
Lack of arrangement of more free times for the tourists	1	5
Difficulty in following the tour program in a short period	1	5

Tourist guidance students (N= 52)		
Difficulty in understanding the personalities and dealing with cultural conflicts, adapting to various types of tourists, nationalities, and ages	10	19.2
The necessity of physical strength, too much stress in the service industry	8	15.3
Lack of tourism planning, lack of archeological protective mindset	6	11.5
Difficulty in managing and organizing people	6	11.5
Struggling with different needs and wants	4	7.69
Worrying about losing jobs to robots	4	7.69
Difficult conditions of woman employees	4	7.69
People should not see guides as people who must do whatever is asked	2	3.84
Political and economic stability is necessary for the country	2	3.84
No social life due to extensive working hours	2	3.84
Over-demanding and irresponsible tourists	2	3.84
Nowadays tourists prefer personal tours rather than travel agencies	2	3.84

Technological Changes That Can Affect the Jobs of Guides in the Next 15 Years

Table 3 presents the technological changes that can influence the jobs of tour guides in the next 15 years. The guides mainly pointed out the digital

guidance, mobile applications, and audio systems. On the other hand, the tourist guidance students mostly stressed the existence of robot guides, virtual reality, and high-tech devices.

Table 3: Technological changes that can affect the guides' jobs in the next 15 years

Professional tour guides (N= 20)	Frequency	Percentage
Digital guidance	5	25
Mobile applications	4	20
Audio systems	3	15
Individual guidance services via online	2	10
Online sites presenting the destination via voice	2	10
Presentation technologies, translation software	2	10
No need for a tour guide	2	10
Tourist guidance students (N= 52)		
Existence of robot guides	14	26.9
Virtual reality	10	19.2
Advanced technological devices (digital translations in every language, holograms, buses equipped with high technology)	8	15.3
Phone applications	8	15.3
Artificial intelligence	6	11.5
Online digital tours	4	7.69
Technology use in the entrance to landmarks, public transportation, accommodation, and entertainment venues can speed up the work of guides	2	3.84

Biggest Digital Effect on the Jobs of Guides

Table 4 shows the biggest effect on the jobs of tour guides based on the responses. The top four responses of the professional tour guides are smart technologies, robots, artificial intelligence, social

media, and mobile applications respectively. The tourist guidance students mainly mentioned digital applications, robot technology, artificial intelligence, virtual reality, and other smart technologies.

Table 4: Biggest digital effect on the jobs of guides

Professional tour guides (N= 20)	Frequency	Percentage
Smart technologies	7	35
Robots	5	25
Artificial intelligence	4	20
Social media and mobile applications	2	10
Digital guides	1	5
Voice guide services downloaded to cell phones	1	5
Tourist guidance students (N=52)		
Digital applications	12	23.0
Robot technology	8	15.3
Artificial intelligence	6	11.5
Virtual reality	6	11.5
Smart technology	6	11.5
Digital translation	6	11.5
Social media	4	7.69
Collecting information online during trip	4	7.69

Expectations of Consumers In Terms Of Digital Services of Agencies for the Future

Table 5 expresses the expectations of consumers in terms of digital services of agencies for the future. The top two responses of the guides are the reduction in ticket prices due to the advancements in technology and better digital advertisements and

better information about the products via the internet. The tourist guidance students' main emphasis is on the virtual tours before buying a tour package, access to information through apps, online agency services, the accompaniment of robots in tours, and virtual guides instead of human tour guides.

Table 5: Expectations of consumers in terms of digital services of agencies

Professional tour guides (N= 20)	Frequency	Percentage
Reduction in ticket prices due to the advancements in technology	4	20
Better digital ads and better information about the products via the internet	4	20
Increase in quality through technology	3	15
Presentation of tours digitally with videos before the sales	2	10
Digital platforms should declare the importance of having a licensed guide	2	10
Presentation of a tourist guide correctly, what a licensed guide does in a tour	1	5
Presentation of contracts and other files in a digital platform	1	5
More satisfactory information about the purchased product and services	1	5
Much easier reservation	1	5
Music and internet in the bus	1	5

Tourist guidance students (N= 52)		
Virtual tours before buying a tour package	6	11.5
Access to information through apps	6	11.5
Online agency services	6	11.5
Accompaniment of robots in tours	6	11.5
Virtual guides instead of human guides	6	11.5
Easiness of mobile transactions in extra tours	4	7.69
Digital tours without going on a vacation	4	7.69
Digital screens showing the places on the bus	4	7.69
Arranging your tour without the need of an agency	4	7.69
Personalized and complex tours with many combined-services	4	7.69
Transportation and venue connections via AI	2	3.84

Possibility of Losing the Job and the Preference of a Robot as a Tour Guide

Table 6 emphasizes the possibility of losing the job of a tour guide to a robot and the preference of a robot or a human as a tour guide. 60 percent of the professional tour guides believe that they are not going to lose their jobs to a robot shortly. However, more than half of the students are

pessimistic about this matter and they believe that they are going to lose their job to a robot in the future. As a tour guide, 80 percent of the guides prefer a human guide instead of a robot guide. 76.9 percent of the tourist guidance students also prefer humans but according to the type of service, 15.4 percent of the tourist guidance students prefer both a human and a robot guide.

Table 6: Possibility of losing the job and the preferences as a tour guide

Possibility of losing the job of a tour guide to a robot		
Professional tour guides (N= 20)	Frequency	Percentage
Believe in not losing the job to a robot	12	60
Believe in losing the job	7	35
Partially lose to a robot	1	5
Tourist guidance students (N= 52)		
Believe in losing the job to a robot	28	53.8
Believe in not losing the job	24	46.2
Preference of a robot or a human as a tour guide		
Professional tour guides (N= 20)		
Human	16	80
Robot guide	2	10
It depends on the type of services	2	10
Tourist guidance students (N= 52)		
Human	40	76.9
Both the human and robot	8	15.4
Robot guide	4	7.69

DISCUSSION

The professional tour guides and the tourist guidance students have several perspectives in understanding the obstacles while performing their jobs as tour guides, the technological transformations that influence the jobs of guides in the next 15 years, the biggest digital effects on their jobs, the consumers' expectations in terms of digital services of agencies for the future, the possibility of losing their jobs to a robot, and their preferences as a tour guide.

Throughout the discussion about the hassles in performing the job, a 40-year-old female tour guide states that *“There is a difficulty in applying for the agency’s tour program in a time limit. Agencies are not acting according to the legislation. Selling the bus seats to the consumers including the guide seat”*. A 38-year-old male tour guide highlights that *“Traffic and transportation is a problem, especially in night travel”*. The guidance students state the *“Difficulty in understanding personalities and dealing with cultural conflicts, adapting to a different type of tourists, nationalities, and ages. Physical strength is necessary. There is too much stress in the service industry”*. One-fourth of the professional guides stated that they have problems with the agencies such as collecting complete information about tour schedules, and lack of professionalism. It may be time to consider using digital technology and get help from artificial intelligence technology to adapt to different situations. However, the study of Ahn and Choi (2012) discusses that the robots understand the mimics and gestures of humans, and respond according to their emotions, which can help the human tour guides understand different needs of visitors and conflicts.

In terms of technological changes that can affect the jobs of guides in the next 15 years, a 35-year-old male tour guide mentions that *“Auto guides and translation apps feed the information flow of people superficially. Social media and related apps show the undocumented guidance as if it is legal and reach to people who can speak various languages”*. A 31-year-old female tour guide points out that *“Mobile applications that can bring historical and cultural destinations as a package, explain the details of these destinations, and suggest accommodations and restaurants”*. A 37-year-old male tour guide strongly believes that

“People can prefer to use audio guides and guidance programs in smartphones but technology cannot take the place of a qualified guide”. Concerning the use of mobile devices, the study of Ayeş (2018) draws attention to the mobile distraction that influences the individual tourist experience negatively. The top answers of guidance students are the existence of robot guides and the use of virtual reality. However, a recent study of Tussyadiah et al. (2018) also points out the wearable augmented reality technology in tourism and how the embodiment of technology influences enjoyment and increases the level of experience.

According to the responses based on the biggest digital effect on the jobs of guides, a 33-year-old male tour guide emphasizes that *“Robots and artificial intelligence are already in use in tour points. Tourists show interest in these technologies. Even though some people who want to listen live what the guides say, the technological advancements lead to the value depreciation of occupation”*. A 36-year-old female tour guide states that *“The robot technology cannot affect the guidance sector soon but artificial intelligence is an important revolution. Emotion is also one of the products that the guide promotes”*. The top responses of tourist guidance students are digital applications and robot technology, which will have the biggest digital influence on the jobs of guides. However, according to the study of Tussyadiah (2020), the application of intelligent automation and the use of artificial intelligence in the tourism industry will increase in the future.

Based on the expectations of consumers in terms of digital services of agencies for the future, a 29-year-old-female guide says that *“Presenting the contracts and other travel files digitally and supporting the presentations with digital technologies are important”*. A 42-year-old male guide expresses that *“Consumers are informed about the touristic and archeological sites in digital platforms. But guidance information about licensed guides is limited. This should be explained clearly and professionally. Agencies should mention the importance of licensed guides”*. A 28-year-old female guide mentions that *“Before the sales of tour packages, a short video can be prepared to present the destination. Thus, the destination-related problems that can occur*

between the agency, guide, and visitors can be overcome". The top responses of the guidance students are the virtual tours before buying a tour package, access to information through apps, online agency services, the accompaniment of robots in tours, and virtual guides instead of human guides.

In discussing the possibility of losing the job to a robot tour guide, for some experienced guides, it is not possible to lose the job to robots. A 50-year-old male guide states that *"It is partially possible if artificial intelligence can be integrated into robots but this process cannot happen soon. Guides communicate with senses and feelings"*. However, some tour guides think the opposite. A 44-year-old male guide mentions that *"We started to see the audio services in today's technology in archaeological sites. Along with the advancements in robot technology, the touristic sites will be affected"*. On the other hand, more than half of the guidance students think that they might lose their future jobs to a robot. Digital technologies and visitors' strong engagement with the technologies in museums (Ch'ng et al., 2019), robot guides identifying individuals, estimating the exhibits at which visitors are looking, and approaching them to give information, and expressing a friendlier attitude to repeat visitors (Iio et al., 2019), robot tour guides welcoming tourists (Chaudhary, 2018), robot tour guides replacing human guides (Al-Wazzan et al., 2016), the interaction between robot guides and humans (Diallo et al., 2015) show the signs that the human guide jobs are in danger. Lessons concerning technologies and their applications in tourist guidance programs should be available in curriculums (Buyuksalvarci et al., 2017) so that the guidance students can keep up with the technological transformations, adapt to the contingencies in the tourism market, and use their skills accordingly.

In preferring a robot or a human as a tour guide, a 40-year-old female tour guide stated that *"I prefer a human guide who can understand the emotions deeply and act accordingly than a robot. A robot cannot show empathy"*. Other tour guides highlight that *"I select a human guide who is better than a robot in terms of managing emotions and crisis throughout the travel"*. *"It depends on the type of travel. If it is for adventure or a sports activity, I can choose a human guide"*. *"I prefer a robot*

guide. It can be comfortable being in the mode of explain, give information, spare more time, and wait". *"Nowadays, I think that people do not give importance to gathering information very much. People can prefer robots if they are looking for different activities which humans cannot offer"*. However, the vast majority of the guidance students prefer human as a tour guide. They are in favor of the human touch instead of digital trends and applications.

CONCLUSION AND IMPLICATIONS

This comparative study aimed to understand and analyze the tourist guidance concerning the development of technology from the perspective of tourist guidance students of the future and Turkish professional tour guides in the tourism industry. The results fundamentally reveal that the professional guides do not believe that digital developments will influence their jobs negatively shortly but they believe that there is a threat of robots with AI, the use of digital applications, and smart technologies in their work environment. They highlight the essential ingredients on their hand that are the human touch, human expression of emotions and feelings about tourist destinations instead of digital apps, digital voices, and mobile technologies. For the professional guides, it is a challenge to deal with the travel agencies' delivery of information, traffic throughout the tour, the level of professionalism, and the arrangement of tour schedules. Making use of digital technologies and artificial intelligence is important for them to adapt to difficult conditions on the tour. Based on the thoughts of the students, more than half of the tourist guidance students think that they are going to lose their jobs to a robot guide. In this sense, the professional tour guides are more optimistic than the guidance students. Compared to other related studies in the literature about the guidance and technology use (Prusty et al., 2020; Ch'ng et al., 2019), more in-depth studies in Turkey are required to further the understanding of the technological progress and its impact on the profession of tour guidance.

Considering the recent technological developments of tourist guidance, the contingencies in the tourism market, and the progress in human-machine interaction, it is almost inevitable to ignore the influence of robot tour guides and related developments on the profession of

guidance. However, the replacement of human tour guides in most of the touristic spots started to occur in museums, airports, hotels, galleries, food, and beverage service areas, and amusement centers.

Thus, adapting to the digital changes in the tourism market, understanding the real needs of the consumers, providing solutions to those needs, and competing with the robots with their added digital attributes, and humane interaction plays an essential role to sustain the profession of tourist guidance. The recent study of Yildiz (2019) emphasizes that based on the technological improvements, the robots will show up more in open areas rather than in closed areas, where they can give information to tourists in detail in different climate and ground conditions. For these reasons, the tour guides of today should be aware of what type of digital factors will impact their profession soon and have the necessary competencies to fulfill the expectations of the visitors. The following key points are the recommendations for the tour guides and their organizations.

- As an organization, being aware of the contingent factors concerning the technological improvements and trends in the tourism industry.
- Taking continuous actions to develop the technical skills of humans that are going to be used in tourist guidance soon.
- Developing the curriculum for guidance programs considering the technology and human skillset, and increasing awareness about the use of new tools.
- Being familiar with the possible technologies that can be used soon in guidance and the digital aspects of the occupation.
- Understanding the technological needs and wants of the tourists, and paying attention to the humane factors such as empathy, sincerity, leadership, sensitivity, and speaking to the heart throughout the service are some of the key factors to sustain the profession of tourist guidance.
- As a tour guide, having the necessary qualifications for serving the tourists and responding to the needs on time.

- Understanding how guidance services and smart technologies change digitally in the tourism industry and act accordingly.
- Assessing the digital expectations of a different group of tourists with different ages and fulfill their needs and wants.

Limitations and Future Research

A limited number of tourist guidance students are contacted through a structured interview technique and a limited number of professional tour guides are contacted through a telephone technique, in a short time. Due to the time limit on the phone, it is another hassle during the data collection period. For future studies, the sample size can expand by focusing on a specific tourist destination where a lot of visitors are coming for numerous attractions. The specialized tour guides can be contacted for the touristic spots to analyze the use of technology in tour programs. In this way, the digital perspectives of professional tour guides for a specific destination can bring different outcomes. By focusing on a specific location, it can further the understanding of how the visitors accept and use technology or not willing to use that technology in their travel experience. The comparison between the perspectives of international tour guides concerning technology development can further the strategic perspective in the occupation of tourist guidance.

REFERENCES

- Ahn, H. S., & Choi, J. Y. (2012). *Can We Teach What Emotion a Robot Should Express?* 2012 IEEE/RSJ International Conference on Intelligent Robots and Systems Vilamoura, 7-12 October 2012, Algarve, Portugal, 1407-1412.
- Al-Wazzan, A., Al-Farhan, R., Al-Ali, F., & El-Abd, M. (2016). Tour-guide robot. In *2016 International Conference on Industrial Informatics and Computer Systems (CIICS)* (pp. 1-5). IEEE.
- Ayeh, J. K. (2018). Distracted gaze: Problematic use of mobile technologies in vacation contexts. *Tourism Management Perspectives*, 26, 31-38.
- Bhatti, Z., Waqas, A., & Malik, H. A. M. (2018). Multimedia Based Learning and Virtual Tour For Performing Hajj. *Journal of Information & Communication Technology*, 12(1), 37-42.
- Boboc, R. G., Horațiu, M., & Talabă, D. (2014). An educational humanoid laboratory tour guide robot. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 141, 424-430.

- Bogicevic, V., Seo, S., Kandampully, J. A., Liu, S. Q., & Rudd, N. A. (2019). Virtual reality presence as a preamble of tourism experience: The role of mental imagery. *Tourism Management*, 74, 55-64.
- Bogicevic, V., Bujisic, M., Bilgihan, A., Yang, W., & Cobanoglu, C. (2017). The impact of traveler-focused airport technology on traveler satisfaction. *Technological Forecasting and Social Change*, 123, 351-361.
- Burton, B. (2018). The Smithsonian's New Tour Guide Isn't Human. Retrieved from <https://www.cnet.com/news/smithsonian-museum-new-tour-guide-is-a-pepper-robot-from-softbank/> (10.02.2019)
- Buyuksalvarci, A., Altinisik, I., & Tekin, A. G. O. (2017). Usage of Interactive Technologies in Tourism Guidance Education: A Research on Educational Institutions at the level of Bachelor's Degree. *Selcuk University Journal of Social and Technical Researches*, 13, 1-14.
- Carjaval, D. (2017). Let a Robot Be Your Museum Tour Guide. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2017/03/14/arts/design/museums-experiment-with-robots-as-guides.html> (08.03.2019)
- Chaudhary, N. (2018). Now, A Robot Tour Guide to Welcome Tourists at Jaipur Wax Museum. Retrieved from <https://timesofindia.indiatimes.com/city/jaipur/now-a-robot-tour-guide-to-welcome-tourists-at-jaipurwax-museum/articleshow/63432033.cms> (11.04.2019)
- Ch'ng, E., Cai, S., Leow, F. T., & Zhang, T. E. (2019). Adoption and use of emerging cultural technologies in China's museums. *Journal of Cultural Heritage*, 37, 170-180.
- Colakoglu, O. E., Epik, F., & Efendi, E. (2010). *Tour Management and Tourist Guidance*, Detay Press, Ankara.
- Diallo, A. D., Gobee, S., & Durairajah, V. (2015). Autonomous tour guide robot using embedded system control. *Procedia Computer Science*, 76, 126-133.
- Díaz-Boladeras, M., Paillacho, D., Angulo, C., Torres, O., González-Diéguez, J., & Albo-Canals, J. (2015). Evaluating group-robot interaction in crowded public spaces: A week-long exploratory study in the wild with a humanoid robot guiding visitors through a science museum. *International Journal of Humanoid Robotics*, 12(4), 1550022.
- Donadio, F., Frejaville, J., Larnier, S., & Vetault, S. (2018). Artificial intelligence and collaborative robot to improve airport operations. In *Online Engineering & Internet of Things* (pp. 973-986). Springer, Cham.
- Doh, K., Park, S., & Kim, D. Y. (2017). Antecedents and consequences of managerial behavior in agritourism. *Tourism Management*, 61, 511-522.
- Dorcic, J., Komsic, J., & Markovic, S. (2019). Mobile technologies and applications towards smart tourism - state of the art. *Tourism Review*, 74(1), 82-103.
- El-Din, D. E. (2019). Digital Cultural Heritage as an Emerging Tool to Develop Egyptian Educational Programs: Case-study: Applying interactive technologies in tourist guiding education. *International Journal of Heritage, Tourism, and Hospitality*, 13(1), 144-151.
- Elgammal, I., Ferretti, M., Risitano, M., & Sorrentino, A. (2020). Does digital technology improve the visitor experience? A comparative study in the museum context. *International Journal of Tourism Policy*, 10(1), 47-67.
- Galbraith, J. R. (1974). Organization design: An information processing view. *Interfaces*, 4(3), 28-36.
- Guzel, F. O. (2007). *The Role of Professional Tourist Guidance in Developing the Image of Turkey: Research on German Tourists*. Master thesis, Balikesir University, Balikesir.
- Hacioglu & Tekin (2016). *Impacts of Technological Applications to Service Quality of Professional Tour Guides (The Case of Ankara Anatolian Civilization Museum)*. 2. International Eurasia Tourism Congress: 5-7 May 2015, Konya.
- Huang, G. S., & Lu, Y. J. (2017). To build a smart unmanned restaurant with multi-mobile robots. In *International Automatic Control Conference (CACCS)*, IEEE. pp. 1-6.
- Iio, T., Satake, S., Kanda, T., Hayashi, K., Ferreri, F., & Hagita, N. (2019). Human-Like Guide Robot that Proactively Explains Exhibits. *International Journal of Social Robotics*, 1-18.
- Ivanov, S. H., Webster, C., & Berezina, K. (2017). Adoption of robots and service automation by tourism and hospitality companies. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 27(28), 1501-1517.
- Kyodo News (2018). Sharp's humanoid robot to guide tourists in taxis in Kyoto. Retrieved from <https://english.kyodonews.net/news/2018/09/7315f553b06a-sharps-humanoid-robot-to-guide-touristsin-taxis-in-kyoto.html> (05.06.2019)

- Lai, I. K. (2015). Traveler acceptance of an app-based mobile tour guide. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 39(3), 401-432.
- Loureiro, S. M. C., Guerreiro, J., & Ali, F. (2020). 20 years of research on virtual reality and augmented reality in tourism context: A text-mining approach. *Tourism Management*, 77, 104028.
- Mancini, M. (2001). *Conducting Tours: A Practical Guide*. Delmar: U.S.A.
- Nisiotis, L., Alboul, L., & Beer, M. (2020). A Prototype that Fuses Virtual Reality, Robots, and Social Networks to Create a New Cyber-Physical-Social Eco-Society System for Cultural Heritage. *Sustainability*, 12(2), 645.
- Nugraha, N. B., & Alimudin, E. (2020, January). Mobile Application Development for Tourist Guide in Pekanbaru City. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1430, No. 1, p. 012038). IOP Publishing.
- Pencarelli, T. (2019). The digital revolution in the travel and tourism industry. *Information Technology & Tourism*, 1-22.
- Prusty, V., Rath, A., Rout, K. K., & Mishra, S. (2020). Development of an IoT - Based Tourism Guide System. In *Advances in Intelligent Computing and Communication* (pp. 495-503). Springer, Singapore.
- Rzayev, R., Karaman, G., Henze, N., & Schwind, V. (2019, October). Fostering Virtual Guide in Exhibitions. In *Proceedings of the 21st International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services* (pp. 1-6).
- Stricker, R., Müller, S., Einorn, E., Schröter, C., Volkhardt, M., Debes, K., & Gross, H. M. (2012). *Konrad and Suse, Two Robot Guiding Visitors in a University Building*. P. Levi, O. Zweigle, K. Häußermann, B. Eckstein (Ed.), *Autonomous Mobile Systems*, (pp. 49-58). Berlin: Springer.
- Tetik, N. (2006). *The Professional Tourist Guidance in Turkey and the Expectations of Customers from the Tourist Guides: The Case of Kusadasi*. Master thesis, Balıkesir University, Balıkesir.
- Trahanias, P., Burgard, W., Argyros, A., Hahnel, D., Baltzakis, H., Pfaff, P., & Stachniss, C. (2005). Tourbot and web fair: Web-operated mobile robots for telepresence in populated exhibitions. *IEEE Robotics and Automation Magazine*, 12(2), 77-89.
- Trovato, G., J. G. Ramos, J. G., Azevedo, H., Moroni, A., Magossi, S., Simmons, R., & Takanishi, A. (2017). A receptionist robot for Brazilian people: a study on interaction involving illiterates. *Paladyn, Journal of Behavioral Robotics*, 8(1), 1-17, 2017.
- Tussyadiah, I. (2020). A review of research into automation in tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Artificial Intelligence and Robotics in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 81, 102883.
- Tussyadiah, I. P., Jung, T. H., & tom Dieck, M. C. (2018). The embodiment of wearable augmented reality technology in tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 57(5), 597-611.
- Urry, J., & J. Larsen, J. (2011). *The Tourist Gaze 3.0*. London: Sage Publications.
- Weiler, B., & Black, R. (2015). The changing face of the tour guide: one-way communicator to choreographer to co-creator of the tourist experience. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 364-378.
- Wynne, E. (2016). Art Gallery of WA Enlists Robot Tour Guide Aggie In Bid to Add Fun to Fine Art. Retrieved from <https://www.abc.net.au/news/2016-05-18/art-gallery-of-wa-introduces-robot-tour-guide-aggie/7424760> (18.05.2019)
- Yildiz, S. (2019). The Rise of Robot Guides in the Profession of Tourist Guidance. *Suleyman Demirel University Visionary Journal*, 10(23), 164-177.
- You, H. C., & Lin, K. W. (2019). *Gendered Tour-guide Robots and Their Influence on User Attitude and Behavior*. In Proceedings of the 5th International ACM In-Cooperation HCI and UX Conference (pp. 32-35).
- Yu, C. E. (2020). Humanlike robots as employees in the hotel industry: Thematic content analysis of online reviews. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(1), 22-38.
- Zsarnoczky, M. (2017). How does Artificial Intelligence affect the Tourism Industry? *Journal of Management (VADYBA)*, 31(2), 85-90.



İSTANBUL’U ZİYARET EDEN YABANCI TURİSTLERİN AIRBNB UYGULAMASINI TERCİH ETME NEDENLERİ

Araştırma Makalesi

Seher KONAK*

ÖZET

Airbnb son yıllarda milyonlarca turistin kullandığı bir platform haline gelmiştir ve hızla büyümektedir. Bu araştırmanın amacı, Ajzen’in Planlanmış Davranış Teorisi bakış açısıyla turistlerin bir paylaşım ekonomisi platformu olan Airbnb’yi tercih etmelerinde etkili olan faktörleri ortaya koymaktır. Veriler, Haziran-Aralık 2019 tarihleri arasında İstanbul’u ziyaret etmiş olan turistlerden Airbnb ev sahipleri aracılığıyla toplanmıştır. 385 online anket elde edilmiş ve SPSS programında faktör ve güvenilirlik analizi, frekans analizi, tek yönlü Anova analizleri yapılmıştır. Bulgular; Airbnb’yi tercih etme nedenlerinden etkileşim, sadakat, paylaşım ekonomisi, yerel otantiklik, ev faydaları gibi boyutların demografik değişkenlere göre farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır. Gelecek araştırmalar, Airbnb kullanıcıları ve kullanıcı olmayan gruplar arasındaki farklılıklara bakabilirler.

Anahtar Kelimeler: Airbnb, Paylaşım Ekonomisi, Planlanmış Davranış Teorisi

JEL Sınıflama Kodları: Z32, L83

THE REASONS OF FOREIGN TOURISTS CHOOSE OF AIRBNB WHEN THEY HAS VISITED İSTANBUL

Research Article

ABSTRACT

In recent years, Airbnb has become a platform used by millions of tourists and growing rapidly. The purpose of this research is to reveal the factors that affect tourists’ choosing Airbnb, a sharing economy platform, from the Planned Behavior Theory perspective. The data were collected from tourists who visited İstanbul between June and December 2019 through Airbnb hosts. 385 online questionnaires were obtained and reliability, frequency analysis and one-way Anova analyzes were done in SPSS program. Results; It was concluded that the reasons of choosing Airbnb such as interaction, loyalty, sharing economy, local authenticity and home benefits dimensions differ according to demographic variables. Future research may look at differences between Airbnb users and non-user groups.

Keywords: Airbnb, Sharing Economy, Theory of Planned Behavior

JEL Classification Code: Z32, L83

* Araş. Gör. Dr., Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, skonak@ogu.edu.tr, orcid.org/ 0000-0002-6847-9754

“Konak S. (2020). İstanbul’u Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Airbnb Uygulamasını Tercih Etme Nedenleri, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, Vol 4: No: 1, p. 79-90, doi: 10.30625/ijctr.701561”

GİRİŞ

Son yıllarda binlerce turist, otel gibi geleneksel bir turizm evinde konaklamak yerine, Airbnb aracılığıyla online olarak buldukları yabancı bir kişinin evinde kalmayı tercih etmektedir. İnternetin ve mobil teknolojilerin hızla gelişmesiyle birlikte, bu uygulama arttı ve ev sahipleri ve misafirler arasında iletişim ve güvenin kurulduğu sanal pazarları yaygın hale getirdi (Guttentag, 2015). Paylaşım ekonomisinin artışı turizm ve ağırlama endüstrisini etkilemektedir. Özellikle, Airbnb gibi akranlar arası iş platformları, tüketicilerin arabalar ve odalar gibi az kullanılmış kaynakları paylaştıkları ortak tüketime katılmaları yönünde “yıkıcı bir yenilik” olarak ortaya çıkmıştır (So, Oh ve Min, 2018). 2016 yılında elde edilen veriler 200 milyondan fazla turistin Airbnb’yi kullandıklarını ve şirketin 10 milyon rezervasyon aldığını ve gecelik 50 binden fazla kiracı tarafından kullanıldığını göstermektedir (PricewaterhouseCoopers, 2015). Yapılan araştırmalar, tüketicilerin Airbnb’yi tercih etmelerinde fiyat, topluluk, ev ortamı, sürdürülebilirlik gibi temel faktörlerin etkili olduğunu (Guttentag, 2015’den akt. So, Oh ve Min, 2018) diğer taraftan güvensizlik, fayda, tahmin edilemezlik, maliyet tasarrufu gibi etkenlerin kısıtlayıcı faktörler olduğunu bulmuştur (Liang 2015, Tussyadiah, 2015).

Planlanmış Davranış Teorisi (PDT), belirli bir bağlamda gerçekleşen insan davranışlarını açıklamak ve tahmin etmek amacıyla ortaya konulmuş bir teoridir. Bu teori ilk kez Fishbein ve Ajzen (1975) tarafından ortaya atılmıştır fakat daha sonra Ajzen tarafından yeniden düzenlenmiştir. PDT, üç faktörün davranışı tetiklediğini öne sürmektedir. Bunlar; kişisel tutum, öznel norm ve algılanan davranış kontrolüdür. Bu teori, genel olarak bireylerin toplumsal davranışlarının bazı faktörlerin kontrolü altında olduğunu, belirli nedenlerden kaynaklandığını ve planlanmış bir şekilde ortaya çıktığını öne sürmektedir (Mercan, 2015). Ampirik araştırmalar, bu tür motivasyon faktörlerinin, öz niteliği ve daha sonraki davranışsal niyeti açıklamada yordayıcı güce sahip olduğunu bulmuştur (Hsu ve Huang, 2010; So vd., 2018). Bu bağlamda, bu çalışma Airbnb’yi kullanan turistlerin davranış ve niyetlerini etkileyen faktörleri açıklamada Planlanmış Davranış Teorisine dayandığı varsayılmaktadır.

Son yıllarda, konaklama ve ağırlama sektöründe paylaşım ekonomisi olarak bilinen yeni bir işletme modeli ortaya çıkmıştır. Airbnb, bu işletme modelinin kullanımına öncülük etmektedir. Paylaşım ekonomisinin gelişimi ile birlikte, turistler geleneksel otel konaklamasından ziyade Airbnb gibi dijital platformlar aracılığıyla boş oda veya apartman dairesi kiralamaktadırlar. Bilim insanları ve turizm endüstrisi uygulayıcıları bu tür paylaşım ekonomisine dayalı konaklama kiralamanın otel endüstrisi, turist deneyimleri ve davranış (bkz. Chen, 2012; Tussyadiah ve Zach, 2015) üzerindeki etkilerini araştırmışlardır (Wang ve Nicolau, 2017: 120).

Tussyadiah, (2016) tarafından yapılan araştırmada akranlar arası (peer to peer) konaklamalarda misafirlerin memnuniyetini etkileyen faktörler; sosyal faydalar, ekonomik faydalar, sürdürülebilirlik, imkânlar ve yerel faydalar olarak belirlenmiştir. So, Oh ve Min tarafından yapılan araştırmada (2018), turistlerin Airbnb’yi tercih etme motivasyonları fiyat, özgünlük, yenilik, zevk, ev faydaları ve sosyal etkileşimler faktörleri altında incelenmiştir. Diğer taraftan kısıtlayıcı faktörler; algılanan risk, güvensizlik, benzersizlik ve diğer ilişkili faktörler altında ele alınmıştır.

Guttentag ve diğerleri tarafından yapılan araştırmada (2018) ise beş motivasyon faktörü incelenmiştir. Bunlar; etkileşim, ev faydaları, yenilik, paylaşım ekonomisi görüşü (paylaşım ekonomisi etiği) ve yerel özgünlüktür. Turistler, Airbnb’nin maliyet azaltma (ana fayda) ve kültürel alışveriş yapma imkânı ve ev sahipleriyle sosyal etkileşim gibi paylaşım ekonomisine dayanan birçok faydasının olduğunu belirtmektedirler (Wang ve Nicolau, 2017). Mevcut yazında Airbnb konusunda az sayıda çalışma, turistlerin neden Airbnb’yi tercih ettiklerini araştırmıştır. Bu çalışma, turistlerin geleneksel otel konaklaması yerine Airbnb konaklamasını tercih etme kararlarında etkili olan faktörlerin neler olduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu nedenle, bu çalışma farklı kıtalardan (Avrupa, ABD, Afrika vb.) turistlerin neden Airbnb konaklamasını tercih ettiklerini ortaya koyması bakımından önemli görülmektedir. Paylaşım ekonomisi görüşünün önem kazandığı günümüzde, gelecek araştırmalara yön vermesi ve bütünsel bir kavramsal model önermesi bakımından ilgili yazına katkı sunması beklenmektedir.

Araştırmanın amacı, turistlerin geleneksel otel konaklaması yerine Airbnb konaklamasını tercih etme nedenlerini incelemektir. Bu amaçla Airbnb tercih nedenleri ve katılımcıların demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi vb.) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık var mıdır? sorusuna yanıt aranmaya çalışılmıştır.

AIRBNB NEDİR?

Airbnb, “insanların seyahatlerinde konaklayacak yer bulmasını, mekân sahiplerinin kiralamasını sağlayan web uygulaması” olarak tanımlanmaktadır (Vikipedi, 2019). Airbnb kendisini, “insanların dünyadaki eşsiz konaklama yerlerini listelemeleri, keşfetmeleri ve yer ayırtmaları için güvenilir bir topluluk pazarı” olarak tanımlanmaktadır (Airbnb, 2019). Bir paylaşım ekonomi platformu olarak Airbnb, konaklama birimini paylaşmak için bir ev sahibi, bir ödünç vereni, bir misafiri veya bir kullanıcıyı bağlar (Yang ve Ahn, 2016). İnsanlar düşük maliyetli konaklama ve yerel halkla doğrudan etkileşim imkânı aramaktadırlar. Airbnb, seyahat edenlere yerel halkla etkileşime girme ve daha düşük fiyatlarla konaklama imkânı sunmaktadır (Guttentag, 2015). Aday ev sahipleri Airbnb platformunda boş odalarını veya apartmanlarını listelerler; kendi gecelik, haftalık veya aylık fiyatını belirler ve müşterilere konaklama imkânı sunarlar. Airbnb, bu hizmet için hem misafirlerden hem de ev sahiplerinden gelir elde eder. Misafirler, kaldıkları süreye bağlı olarak her rezervasyon için %9-%12 servis bedeli öderler ve ev sahipleri işlem maliyetini karşılamak için %3 hizmet bedeli öderler (Airbnb, 2015). Airbnb kullanıcı demografisi ile ilgili ise sınırlı bilgi mevcuttur ancak Airbnb misafirlerinin yaklaşık %40’ının Amerikalı olduğu, geri kalanların çoğunluğunu Avrupalıların oluşturduğu, ortalama müşteri yaşının 35 olduğu ve şirketin kuruluşundan bu yana bu sayıların arttığı belirtilmektedir (Guttentag, 2015: 1193). Airbnb.com 192 ülkede, 33 bin şehirde, 55 binden fazla seçenek sunmaktadır. Şirket, 2015 yılında 900 milyon dolar gelir elde etmiştir ve 24 milyar dolarlık bir piyasa değerine sahiptir (Kokalitcheva, 2015’den akt. Wang ve Nicolau, 2017).

PLANLANMIŞ DAVRANIŞ TEORİSİ (PDT)

Planlanmış Davranış Teorisi (PDT) ilk kez Ajzen ve Fishbein (1975) tarafından ortaya atılmıştır ancak daha sonra Ajzen (1991) tarafından yeniden düzenlenmiştir. PDT, Gerekçeli Eylem Teorisi’nin

(Theory of Reasoned Action) bireylerin tam anlamıyla kontrolü altında olmayan durumları veya kaynakları da içerecek şekilde, algılanan davranışsal kontrol değişkeninin de eklenmesi ile genişletilmiştir (Turan, 2011). Bu bağlamda, planlanmış davranış teorisi, gerekçeli eylem teorisinin bir uzantısıdır (Ajzen, 1991). Bu teoriye göre, insanların toplumsal davranışları belirli faktörlerin kontrolü altında belirli nedenlerle ve planlı bir biçimde ortaya çıkar (Erten, 2002: 220). Planlanmış davranış teorisine göre insan davranışının belirleyicisi, davranışın altında yatan niyettir. Niyetin ise davranışa yönelik tutum (Behavioral Intention), öznel norm (Subjective Norm) ve algılanan davranışsal kontrol (Perceived Behavioral Control) olmak üzere üç belirleyicisi vardır. Niyet ne kadar güçlü ise davranışın gerçekleşmesi o kadar olasıdır. Ancak niyetin yanı sıra algılanan davranışsal kontrol de davranışı doğrudan etkileyen diğer bir değişkendir. Kişinin niyeti olsa bile bireysel iradesini kontrol edemiyorsa o davranış gerçekleşmeyebilir (Korkmaz ve Sertoğlu, 2013: 132-133). Planlanmış davranış teorisi, bireyin davranışsal niyetinin karar verme süreçlerinde motivasyon faktörlerinden doğrudan etkilendiğini göstermektedir (Ajzen, 1991). Ampirik çalışmalar bu tür motivasyon faktörlerinin tutumu ve sonraki davranışsal niyeti açıklamada yordama gücüne sahip olduğunu bulmuştur (Hsu ve Huang, 2010; So vd., 2018).

Planlanmış davranış teorisi, seyahat edenlerin davranışsal niyetlerini anlamak için turizm ve ağırlama sektöründe büyük ölçüde benimsenmiştir. Örneğin, Sparks (2007) şarap turizmine yönelik tatil planı yapma niyetini genişletilmiş PDT modeli ile incelemiştir. Çalışmada PDT modeline, geçmiş şarap deneyimlerine yönelik tutum, duygusal tutum ve şarap ve yiyecek faaliyetlerine bağlılık değişkenleri eklenmiştir. Sonuç olarak, geçmiş deneyimlere yönelik tutum, duygusal tutum, şarap ve yiyecek aktivitelerine yönelik bağlılık, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrol değişkenlerinin tüketicilerin herhangi bir şarap bölgesini tekrar ziyaret etme niyetini olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir.

Han ve Kim (2010) seyahat edenlerin yeşil yıldızlı otelleri tekrar ziyaret etme nedenlerini incelemişlerdir. PDT modelinde bulunan değişkenlere hizmet kalitesi, müşteri tatmini, geçmiş ziyaret sıklığı ve genel izlenim değişkenleri ilave edilmiştir. Sonuçlar; tutum, öznel norm,

algılanan davranışsal kontrol, genel izlenim ve geçmiş ziyaret sıklığı değişkenlerinin tekrar ziyaret etme niyetini olumlu yönde etkilediğini göstermiştir.

Özer, Kement ve Gültekin (2015) otel müşterilerinin yeşil yıldızlı otelleri tekrar ziyaret etme niyetlerini incelemişlerdir. PDT kapsamında ele alınan tutum, öznel norm ve algılanan davranış kontrol değişkenlerine hizmet kalitesi değişkenini eklemişlerdir. Araştırma sonucuna göre, algılanan hizmet kalitesi ve öznel norm değişkenleri, tekrar ziyaret etme niyetini olumlu yönde etkilemektedir. Bayram (2018) tarafından yapılan çalışmada e-spor amaçlı seyahat etme niyeti planlanmış davranış teorisi kapsamında ele alınmıştır. Araştırmada e-spor etkinliklerine katılma amaçlı seyahat etme niyetini, algılanan davranışsal kontrolün güçlü bir şekilde etkilediği belirlenmiştir.

Ünlüören ve Işın (2018) ise Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin yerel yiyecekleri tüketme niyetlerini planlanmış davranış teorisi çerçevesinde incelemiştir. Bulgular, teori kapsamında turistlerin tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrollerinin davranışsal niyetlerini etkilediğini göstermektedir. Görüldüğü üzere, yapılan bu araştırmaların tümünde planlı davranış teorisi araştırmanın uygulama kısmına dâhil edilmiş ve analize tabi tutulmuştur. Bu çalışmada ise odak dijital platform kullanıcılarının yani turistlerin Airbnb tercih nedenlerini etkileyen faktörleri ortaya koymak olup, Planlanmış davranış teorisi yol gösterici bir kavramsal çerçeve olarak kabul edilmiştir.

YÖNTEM

Araştırmada ampirik olarak geçerliği ve güvenilirliği test edilmiş ölçek kullanılmıştır. Anket formu İngilizce olarak hazırlanmış olup, Guttentag, Smith, Potwarka ve Havitz (2018) tarafından yapılan bir çalışmadan alınarak orijinal haliyle kullanılmıştır. Söz konusu çalışmada ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Buna göre ilgili ölçeğin Cronbach's alfa değeri 0,868'dir. KMO değeri ise 0,890'dır. Ölçek 14 ifade ve 5 boyuttan oluşmaktadır. Bunlar: Etkileşim, evsel faydalar, sadakat, paylaşım ekonomisi ve yerel otantikliklerdir. Araştırmacılar tarafından yapılan açımlayıcı faktör analizi sonucuna göre bu 5 boyut toplam varyansın %69,1'ini açıklamaktadır. İlgili araştırmanın örneklem grubu ile bu çalışmanın örneklem kitlesi benzerlik göstermektedir.

Bu araştırmada Airbnb'yi tercih etmede farklı potansiyel motivasyonların olduğunu ölçmek için 14 maddeden oluşan 5'li Likert tipi (1=kesinlikle katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4= katılıyorum, 5= kesinlikle katılıyorum) ölçek kullanılmıştır. Demografik bilgileri ölçmeye yönelik ise 16 adet soru yöneltilmiştir.

Araştırma kapsamında Airbnb tercih etme nedenleri ile demografik değişkenler (yaş, cinsiyet, eğitim durumu vb.) arasında bir farklılık olup olmadığını test etmek amacıyla sekiz temel hipotez geliştirilmiştir.

Mylonidis ve Assimakopoulos (2019) tarafından yapılan benzer bir çalışmada Airbnb konaklamasından memnuniyet ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu çalışmada ise Airbnb tercih etme nedenleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını test etmek amacıyla H_1 hipotezi geliştirilmiştir.

H₁: Airbnb'yi tercih etme nedenleri cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Mylonidis ve Assimakopoulos (2019) tarafından yapılan araştırma bulguları, Airbnb konaklamasından memnuniyet ile "yaş" değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğunu göstermiştir. Bu çalışmada Airbnb tercih etme nedenleri ile yaş arasında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek amacıyla H_2 hipotezi kurulmuştur.

H₂: Airbnb'yi tercih etme nedenleri yaşa göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Aynı çalışmada, Airbnb konaklamasından memnuniyet ile "eğitim düzeyi" arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu çalışmada da Airbnb tercih nedenleri ile eğitim düzeyi arasında bir fark olup olmadığını test etmek amacıyla H_3 hipotezi kurulmuştur.

H₃: Airbnb'yi tercih etme nedenleri eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Fiyat, paylaşım ekonomisinde önemli bir rekabet avantajı olabilmektedir. Airbnb konaklaması genellikle geleneksel hizmetlerden daha ucuzdur ve seyahat edenler yerel bir yerde kalma imkanına sahiptirler (Guttentag vd., 2018). Bu bağlamda turistler için gelir durumuna daha uygun fiyatla

konaklama ön plana çıkmaktadır. Airbnb tercih nedenleri ile gelir durumları arasında anlamlı bir farklılık olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle H₄ hipotezi geliştirilmiştir.

H₄: Airbnb'yi tercih etme nedenleri gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Guttentag ve diğerleri (2018) tarafından yapılan araştırmada katılımcıların büyük oranda (%80) eğlence amaçlı seyahat ettikleri ortaya çıkmıştır. Bu nedenle katılımcıların seyahat amaçlarına göre tercih nedenleri arasında bir farklılık olduğu kabul edilerek H₅ hipotezi kurulmuştur.

H₅: Airbnb'yi tercih etme nedenleri seyahatin amacına göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Airbnb konaklaması hem bir evin bir bölümünü paylaşma hem de özel konaklamayı içermektedir. Bu nedenle, Airbnb tercih nedenleri ile Airbnb türü (evin tamamı, özel oda, paylaşımlı oda) arasında anlamlı bir farklılık olduğu düşünülerek H₆ hipotezi kurulmuştur.

H₆: Airbnb'yi tercih etme nedenleri Airbnb türüne göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Airbnb konaklamasını tercih eden turistlerin kaç kez Airbnb'yi kullandıkları ve bunlar arasında bir fark olup olmadığını belirlemek amacıyla H₇ hipotezi kurulmuştur.

H₇: Airbnb'yi tercih etme nedenleri toplam Airbnb kullanma sayısına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Guttentag ve diğerleri (2018) tarafından yapılan araştırmada Airbnb konaklamasını tercih eden katılımcıların %74,3'ü Kanada, %23'nün ABD'de ikamet ettiklerini göstermiştir. Bu çalışmada tercih nedenleri ile ikamet edilen kıtaya göre anlamlı bir farklılık olduğu düşünülerek aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H₈: Airbnb'yi tercih etme nedenleri ikamet edilen kıtaya göre anlamlı bir farklılık göstermektedir

Veri Toplama

Veriler Haziran 2019- Aralık 2019 tarihleri arasında İstanbul'u ziyaret eden ve konaklamalarını Airbnb evlerinde gerçekleştiren turistlerden anket formu aracılığıyla elde edilmiştir. Bu süreçte İstanbul'da Airbnb ev sahipliği yapan bireylerden yardım alınmış, onların evlerinde konaklayan misafirlerden veriler toplanmıştır. Araştırma evrenini Airbnb'yi en az

bir kez kullanan turistler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamına birçok kıtadan (Amerika, Avrupa, Asya vb.) katılımcı dâhil edilmiştir. Evren sayısı tam olarak bilinmediğinden, rastgele örneklem metodu kullanılmıştır. Örneklem büyüklüğünün evreni temsil edebilecek yeterlilikte büyüklüğe sahip olması gerekir. Güven düzeyi %95 ve hata payı 0,05 kabul edildiğinde örneklem büyüklüğü 384 olarak hesaplanmaktadır (Baştürk ve Taştepe, 2013:147). Bu bağlamda araştırmada evreni temsil ettiği düşünülen 385 sayısına ulaşıncaya veri toplama süreci tamamlanmıştır.

Veri Analizi

Veriler SPSS 22.0 (Statistical Package for Social Sciences) programından yararlanılarak analiz edilmiştir. Tanımlayıcı istatistikler, açıklayıcı faktör analizi, güvenilirlik analizi, bağımsız örneklem t-testi, tek yönlü ANOVA analizleri gerçekleştirilmiştir. Parametrik testler uygulanmadan önce verilerin normal dağılıma uygun olup olmadığına bakılmıştır. Bunun için, grafik testleri (Q-Q testi, histogram, stem and leaf grafiği) ve analitik testler incelenmiştir. 385 veri setinin ortalama değeri (mean=3,72) ve medyan (3,66) değerinin birbirine yakın olması normal dağılıma sahip olduğunu göstermektedir. Analitik testler ile normalliği sınamak için Shapiro-Wilk testi, Kolmogorov-Smirnov testlerine bakılmıştır. Bu testlerin incelenmesi sonucunda verilerin normal dağıldığı görülmüştür.

BULGULAR

Tablo 1 araştırmaya dair tanımlayıcı istatistikleri göstermektedir. Buna göre katılımcıların %63,4'ü erkek, %36,6'sı kadın olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların %50,1'i 21-30 yaş aralığındadır. Katılımcıların %49,1'i üniversite mezunudur. Katılımcıların 37,7'si finansal durumlarını içinde yaşadıkları ülke ortalamasının biraz üstünde olarak ifade etmiştir. Katılımcıların %56,1'i Avrupa kıtasında yaşamaktadır. Katılımcıların Airbnb ile konaklama gerçekleştirdikleri seyahatlerin %78,7'si eğlence amaçlı gerçekleşmiştir ve gerçekleştirilen seyahatlerin %80'i uluslararası nitelik taşımaktadır. Katılımcıların %69,1'i kendilerini backpacker olarak tanımlamamaktadır. Katılımcıların %70,6'sı dairenin tamamını kiralarak konaklama gerçekleştirmişlerdir. Katılımcıların %24,7'si Airbnb konaklamaları 3 gece sürmüştür. Katılımcıların %57,9'u seyahate 2 kişi olarak çıkarken; misafir türü bakımından %41'i eşi ile konaklamıştır. Katılımcıların %23,1'i

Airbnb'yi en az 10 kere kullanırken; %35,6'sı kullanmıştır. Katılımcıların yalnızca %17,7'si 2017-2019 yılı aralığında ilk defa Airbnb Airbnb ev sahipliği yapmıştır.

Tablo 1: Tanımlayıcı İstatistikler

Özellikler	%	N	Özellikler	%	N
Cinsiyet			Kalınan Airbnb Türü		
Kadın	36,6	141	Evin tamamı	70,6	272
Erkek	63,4	244	Özel oda	26,0	100
			Paylaşımlı oda	3,4	13
Yaş			Geceleme		
≤20	0,3	1	1	2,6	10
21-30	50,1	193	2	13,2	51
31-40	34,0	131	3	24,7	95
41-50	9,6	37	4	18,7	72
51-60	4,2	16	5	14,3	55
≥61	1,8	7	6	4,2	16
			≥7	22,3	86
Eğitim			Misafir Sayısı		
Lise ve Öncesi	4,7	18	1	17,1	66
Üniversite	46,2	178	2	57,9	223
Üniversite Mezunu	49,1	189	3	12,5	48
			4	6,8	26
			5	1,8	7
			6	1,6	6
			≥7	2,3	9
Finansal Durum (ikamet edilen ülkeye kıyasla)			Eşlik Eden Misafir		
Ortalamanın çok altında	2,1	8	Partner	41,0	158
Ortalamanın biraz altında	4,7	18	Aile/çocuk	6,8	26
Ortalamanın çok az altında	9,9	38	Arkadaşlar	31,4	121
Ortalamanın çok az üstünde	37,7	145	İş arkadaşları	3,6	14
Ortalamanın biraz üstünde	32,5	125	Yalnız	17,11	66
Ortalamanın çok üstünde	13,2	51			
İkamet Edilen Kıta			Toplam Airbnb Kullanımı		
Avrupa	56,1	216	1	7,5	29
Amerika	22,3	86	2	12,7	49
Asya	14,8	57	3	9,9	38
Australya	4,7	18	4	9,1	35
Afrika	2,1	8	5	13,5	52
			6	5,7	22
			7	3,1	12
			8-10	15,3	59
				23,1	89
Seyahat Amacı			İlk Airbnb Kullanımı		
İş	7,5	29	2008-2010	4,4	17
Toplantı/Konferans/Etkinlik	5,2	20	2011	2,9	11
Eğlence	78,7	303	2012	5,2	20
Arkadaşları ziyaret	8,6	30	2013	7,0	27
			2014	12,2	47
			2015	14,3	55
			2016	18,4	71
			2017-2019	35,6	137

Destinasyon Türü			Airbnb Ev Sahipliği		
Yerli	20,0	77	Evet	68	17,7
Uluslararası	80,0	308	Hayır	317	82,3
Kendini Backpacker Olarak Tanımlama					
Evet	30,9	119			
Hayır	69,1	266			

Tablo 2’de etkileşim, sadakat, evsel faydalar ve paylaşım ekonomisi görüşü değişkenlerine yönelik ifadelerin ortalamalarına yer verilmiştir. Etkileşim boyutuna ilişkin genel ortalama 3,72 olarak hesaplanmıştır. Evsel faydalar boyutuna ilişkin

genel ortalama 3,83 olarak, sadakat boyutuna ilişkin genel ortalama 3,64 olarak hesaplanmıştır. Paylaşım ekonomisi görüşüne ilişkin genel ortalama ise 3,37’dir.

Tablo 2: İfadelere İlişkin Ortalama ve Standart Sapmaları

İfadeler	Ort.	s.s.
Etkileşim	3,72	,722
E3	3,72	,934
E4	3,71	,955
E16	3,72	,861
Home benefits/Evsel faydalar	3,83	,703
H5	3,70	,927
H6	3,88	,863
H7	3,91	,933
Novelty/Sadakat	3,64	,706
N8	3,72	,859
N9	3,71	,942
N10	3,71	1,054
N14	3,55	,934
Sharing Economy Ethos/Paylaşım ekonomisi görüşü	3,37	,706
S11	3,17	1,008
S13	3,57	,963

Tablo 3’te faktör analizi sonuçları verilmiştir. Bu çalışmada güvenilirlik analizi sonucunda toplam Cronbach’s alpha değeri 0,721 bulunmuştur. Bu değer $0,60 \leq \alpha < 0,80$ aralığında olup oldukça güvenilirdir (Akgül ve Çevik, 2003: 435-436). KMO değerinin 0,60’tan büyük olması gerekir. Bu çalışmada KMO değeri 0,838 olup faktör analizi

için uygundur. Orijinal ölçek beş boyuttan oluşurken, bu analize göre dört faktör altında toplanmıştır. Yerel otantiklik boyutunu oluşturan iki ifadeden birisi etkileşim boyutu altında olup faktör yükü 0,54’tür. Diğer ifadenin faktör yükü 0,40’ın altında olduğundan ölçekten çıkartılmıştır.

Tablo 3: Araştırma Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Tercih Faktör	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans (Kümülatif)	Cronbach’s Alpha	Puanların Ortalaması
Interaction/Etkileşim		16.06		
E3	,87	(34.33)	0.76	3.72
E4	,74			
E16	,54			
Home benefits/Evsel faydalar		13.43		
H5	,76	(47.76)	0.66	3.83
H6	,77			
H7	,65			

Novelty/Sadakat		18.26		
N8	,72	(18.26)	0.76	3.64
N9	,81			
N10	,60			
N14	,61			
Sharing Economy Ethos/Paylaşım ekonomisi görüşü		9.76	0.56	3.37
S11	,79	(57.52)		
S13	,48			

Not: İfadeler 5'li likert tipi ölçek ile 1= Kesinlikle katılmıyorum, 5= kesinlikle katılıyorum şeklinde ölçülmüştür.

Katılımcıların Demografik Özellikleri ile Airbnb'yi Tercih Nedenleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Cinsiyetin, Airbnb'yi tercih nedenleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olup olmadığının belirlenmesi için uygulanan bağımsız örneklem t-testi (independent samples t-test) sonuçları Tablo 4'te görülmektedir. Buna göre, Airbnb'yi tercih nedenleri cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir (p değerleri >0,05). Yani, Airbnb'yi tercih nedenleri kadın ve erkeklere göre değişmemektedir. Bu nedenle H₁ hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 4: Cinsiyete Göre Bağımsız Örneklem T-Testi Sonuçları

Faktör Boyutları	Serbestlik derecesi	t	p
Etkileşim	383	0,390	,696
Evsel Faydalar	383	,944	,346
Sadakat	383	-,376	,707
Paylaşım Ekonomisi	383	,511	,610

Varyans analizine başlamadan önce ilk olarak grupların varyanslarının eşitliğinin test edilmesi gerekmektedir (Durmuş, Yurtkoru ve Çinko, 2018). Levene testinin sonucuna göre grupların varyanslarının eşitliği kabul edilmiştir (etkileşim boyutu için p= 0,957>0,05; sadakat boyutu için p =0,779>0,05; paylaşım ekonomisi için p=0,578>0,05). Bu durumda tek yönlü Varyans Analizi yapabilmek için gerekli ön şart sağlanmıştır. Tek yönlü varyans analizi sonucunda F değeri 1,033 ve buna karşılık gelen p değeri 0,398 bulunmuştur. p değeri 0,05'den büyük olduğundan etkileşim boyutu yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Tercih nedenlerinden yalnızca evsel faydalar boyutu varyans analizi yapabilmenin ön şartını sağlamamıştır (evsel faydalar p= **0,027**<0,05). Tablo 4'te yer alan değerlere bakıldığında p değerinin 0,05'ten büyük

olduğu yani boyutlar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir. Yani, katılımcıların Airbnb'yi tercih nedenleri yaşlarına göre değişmemektedir. Bu nedenle H₂ hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 5: Yaşa Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Faktör Boyutları	Serbestlik derecesi	F	p
Etkileşim	384	1,033	0,398
Evsel Faydalar	384	,885	0,491
Sadakat	384	,526	0,757
Paylaşım Ekonomisi	384	,473	0,796

Levene testinin sonucuna göre grupların varyanslarının eşitliği kısmen kabul edilmiştir (etkileşim boyutu için p= **0,014**<0,05; evsel faydalar için p= 0,702>0,05; sadakat p= 0,237>0,05); paylaşım ekonomisi için **p= 0,019**<0,05). Bu durumda tek yönlü Varyans Analizi yapabilmek için gerekli ön şart sağlanmıştır. Analiz sonucunda Evsel faydalar boyutunda F değeri 1,088 ve buna karşılık gelen p değeri 0,338 olup 0,05'ten büyüktür. Sadakat boyutunda F değeri 0,045 ve buna karşılık gelen p değeri 0,956 olup 0,05'ten büyüktür. Dolayısıyla Airbnb'yi Tercih nedenleri eğitim durumuna göre farklılık göstermemektedir. Eğitim düzeyi arttıkça sadakat boyutu artış ya da azalış göstermemektedir. Yapılan bir araştırmada (Poon ve Huang, 2017) Airbnb kullanıcı grubunun, kullanıcı olmayan gruptan daha iyi eğitilmiş olduğu bulunmuştur. Bu çalışmada da kullanıcı grubun eğitim durumuna bakıldığında %49,1'i mezun durumdadır. Yani, kullanıcıların eğitim seviyeleri yüksektir. Ancak Airbnb tercih nedenleri eğitim durumuna göre farklılık göstermemiştir. Bu nedenle, H₃ hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 6: Eğitim Durumuna Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Faktör Boyutları	Serbestlik derecesi	F	p
Etkileşim	384	1,376	0,254
Evsel Faydalar	384	1,088	0,338
Sadakat	384	0,045	0,956
Paylaşım Ekonomisi	384	2,310	0,101

Levene testinin sonucuna göre grupların varyanslarının eşitliği kabul edilmiştir (etkileşim boyutu için $p=0,402>0,05$; evsel faydalar için $p=0,749>0,05$; sadakat $p=0,787>0,05$; paylaşım ekonomisi için $p=0,784>0,05$). Bu durumda tek yönlü Varyans Analizi yapabilmek için gerekli ön şart sağlanmıştır. Tek yönlü varyans analizi sonucunda etkileşim boyutunda F değeri 1,801 ve buna karşılık gelen p değeri 0,112 bulunmuştur. p değeri 0,05'ten büyük olduğundan etkileşim boyutu gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Yani, katılımcıların gelir düzeyi arttıkça etkileşim artmakta ya da azalmamaktadır. Tablo 5'te görüldüğü gibi tercih nedenlerinin diğer boyutlarında da anlamlı bir farklılık görülmemektedir ($p>0,05$). Bu nedenle H_4 hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 7: Gelir Düzeyine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Faktör Boyutları	Serbestlik derecesi	F	p
Etkileşim	384	1,801	0,112
Evsel Faydalar	384	0,109	0,990
Sadakat	384	0,654	0,659
Paylaşım Ekonomisi	384	0,703	0,621

Levene testinin sonucuna göre grupların varyanslarının eşitliği kabul edilmiştir (etkileşim boyutu için $p=0,278>0,05$; evsel faydalar için $p=0,003<0,05$; sadakat $p=0,214>0,05$; Paylaşım ekonomisi için $p=0,319>0,05$). Evsel faydalar boyutu dışında hepsi varyans analizinin ön şartını sağlamaktadır. Tek yönlü varyans analizi sonucuna göre sadakat boyutunun F değeri 3,682 buna karşılık gelen p değeri 0,012'dir. p değeri 0,05'ten küçük olduğu için sadakat boyutu seyahatin amacına göre farklılık göstermektedir. Yani, katılımcıların seyahat amaçlarına (eğlence, iş vb.) göre sadakatleri artmaktadır. Katılımcıların seyahatlerinin %78,7'si eğlence amaçlı olarak gerçekleştirildiği belirlenmiştir. Tablo 8'de görüldüğü üzere tercih nedenlerinin diğer boyutlarında p değerleri 0,05'ten büyük olduğu

için seyahatin amacına göre farklılık göstermemektedir. Yani, kullanıcıların Airbnb tercih nedenleri seyahatin türüne göre değişmemektedir. H_5 hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 8: Seyahatin Amacına Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Faktör Boyutları	Serbestlik derecesi	F	p
Etkileşim	384	0,700	,553
Evsel Faydalar	384	2,377	0,70
Sadakat	384	3,682	,012
Paylaşım Ekonomisi	384	1,502	,214

Levene testinin sonucuna göre grupların varyanslarının eşitliği kabul edilmiştir (etkileşim boyutu için $p=0,022<0,05$; evsel faydalar boyutu için $p=0,020<0,05$; sadakat boyutu için $p=0,071>0,05$; Paylaşım ekonomisi boyutu için $p=0,020<0,05$). Sadakat boyutu dışındaki tüm boyutlar varyans analizinin ön şartını sağlamamaktadır. Tek yönlü varyans analizi sonucuna göre sadakat boyutu için F değeri 1,244 ve p değeri 0,289 olup p değeri 0,05'ten büyüktür. Buna göre Airbnb tercih nedenleri Airbnb türüne göre (yerin tamamı, özel oda, paylaşımlı oda) farklılık göstermemektedir. Yani kullanıcıların Airbnb'yi tercih nedenleri oda, apartman dairesi, paylaşımlı oda gibi türlerine göre değişmemektedir. Bu nedenle H_6 hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 9. Tercih Edilen Airbnb Türüne Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Faktör Boyutları	Serbestlik derecesi	F	p
Etkileşim	389	0,266	,767
Evsel Faydalar	392	9,444	,000
Sadakat	393	2,723	0,67
Paylaşım Ekonomisi	391	,885	,414

Tablo 10'da kullanıcıların Airbnb'yi kullanma sayısına göre farklılık olup olmadığına bakılmıştır. Öncelikle, Levene testi sonuçlarına göre grupların varyanslarının eşitliği kabul edilmiştir (etkileşim boyutu için $p=0,753>0,05$; evsel faydalar boyutu için $p=0,004<0,05$; sadakat boyutu için $p=0,123>0,05$; paylaşım ekonomisi boyutu için $p=0,119>0,05$). Evsel faydalar dışındaki tüm boyutlar varyans analizinin ön şartını sağlamaktadır. Tek yönlü varyans analizi sonucuna göre sadakat boyutunun F değeri 3,650 olup buna

karşılık gelen p değeri 0,000'dır ve p değeri 0,05'ten küçüktür. Buna göre Airbnb tercih nedenlerinden sadakat boyutu Airbnb kullanım sayısına göre farklılık göstermektedir. Yani, sadakat arttıkça Airbnb konaklaması artmaktadır. Evsel faydalar boyutu için F değeri 2,086 ve p değeri 0,036 olup 0,05'ten küçüktür. Buna göre, kullanıcıların tercih nedenlerinden evsel faydalar boyutunda Airbnb kullanma sayısına göre farklılık göstermektedir. Katılımcıların %23,1'i Airbnb'yi en az 10 kere kullandıklarını belirtmiştir. Yani, kullanıcılar ev faydalarından dolayı daha fazla Airbnb'yi tercih etmektedirler. Bu nedenle, H₇ hipotezi kısmen desteklenmiştir.

Tablo 10. Toplam Airbnb Kullanma Sayısına Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Faktör Boyutları	Serbestlik derecesi	F	p
Etkileşim	389	1,412	,190
Evsel Faydalar	392	2,086	,036
Sadakat	393	3,670	,000
Paylaşım Ekonomisi	391	1,720	,092

Tablo 11'de Airbnb tercih nedenleri ile ikamet edilen kıtaya göre farklılık olup olmadığına bakılmıştır. Levene testi sonuçlarına göre evsel faydalar boyutu dışında grupların varyanslarının eşitliği kabul edilmiştir (etkileşim boyutu için $p=0,250>0,05$; evsel faydalar boyutu için $p=0,019<0,05$; sadakat boyutu için $p=0,230>0,05$; paylaşım ekonomisi boyutu için $p=0,213>0,05$). Yapılan Tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre Tablo 11'de görüldüğü üzere p değerleri 0,05'ten büyüktür. Yani, Airbnb tercih nedenleri kullanıcıların ikamet ettikleri kıtaya (Avrupa, ABD, Asya vb.) göre farklılık göstermemektedir. Bu nedenle H₈ hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 11. İkamet Edilen Kıtaya Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Faktör Boyutları	Serbestlik derecesi	F	p
Etkileşim	389	0,460	,765
Evsel Faydalar	392	1,352	,250
Sadakat	393	,558	,693
Paylaşım Ekonomisi	391	0,494	,781

TARTIŞMA VE SONUÇ

Airbnb paylaşım ekonomisi platformu olarak son yıllarda turizm endüstrisinde önem kazanmıştır (Ert, Fleisher ve Magen, 2016). Paylaşım

ekonomisi görüşü küresel anlamda bir trend olarak görülmektedir (Belk, 2014). Son zamanlarda, tüketiciler akranlar arası (peer to peer) konaklamayı daha fazla tercih etmektedirler. günümüzde oldukça rağbet gören Airbnb, bireylerin kendilerine ait konaklama birimlerini kiralayabilmelerine olanak tanıyan bir aracı kuruluştur. Kurulduğu günden beri sürekli büyüyen Airbnb, konaklama sektörü söz konusu olduğunda paylaşım ekonomisi kavramının içini dolduran önemli firmalardan biri olma yolundadır. Bu araştırmada turistlerin geleneksel konaklamanın yerine Airbnb'yi tercih etme nedenlerinin ne olduğu ve bu tercihlerin demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığı planlı davranış teorisi bakış açısıyla incelenmiştir.

Mylonidis ve Assimakopoulos (2019) tarafından Yunanlı kullanıcıların, Airbnb tercih motivasyonları belirlenmeye çalışılmıştır. Buna göre, Airbnb konaklamasının otantik yerel deneyim, eşsiz bir deneyim, konum ve modern ambiyans anlamında daha uygun olduğu belirlenmiştir. 139 Airbnb ziyaretçisinin, tercih nedenleri arasında ifadelerin ortalamasına bakıldığında en yüksek ortalama sırasıyla düşük maliyet (M=3.93), konum (M=3.87), evin büyüklüğü (M=3.87), ev faydaları (M=3.63) şeklindedir. Bu çalışmada ise, Airbnb tercihini en fazla etkileyen faktörü tespit edebilmek adına ortalamalara bakılmıştır. Buna göre Airbnb tercihini en fazla etkileyen boyutların sırasıyla etkileşim (M= 3.72), evsel faydalar (M= 3.83), paylaşım ekonomisi görüşü (M= 3.37) ve sadakat (M= 3.64) olduğu tespit edilmiştir. Verilerin analizi sonucunda önemli bulgular elde edilmiştir. Öncelikle katılımcıların demografik özelliklerine frekans analizi yardımıyla bakılmıştır. Buna göre, katılımcıların %63,4'ü erkek, %36,6'sı kadındır. Katılımcıların %49,1'i üniversite mezunu olduklarını ve %23,1'i Airbnb'yi en az 10 kere kullandıklarını ifade etmiştir. Kullanıcıların yarısı (%50,1) 21-30 yaş aralığında olup genç nüfustur. Kullanıcıların %70,6'sı Airbnb konaklamasında evin tamamını kiraladıklarını belirtmiştir. Katılımcıların yarıdan fazlası (%56,1) Avrupa kıtasında ikamet etmektedir ve en çok eğlence amaçlı olarak seyahatlerinde Airbnb'yi tercih etmektedirler. Diğer taraftan Kullanıcıların tercih nedenlerini belirlemeye yönelik yapılan faktör analizi sonucuna göre, etkileşim, evsel faydalar, paylaşım ekonomisi ve sadakat değişkenlerinin

olduğu görülmüştür. Daha sonra bu faktörlerin demografik değişkenlere göre farklılaşım farklılaşmadığı F testi ile incelenmiştir. Buna göre cinsiyet değişkeni ile Airbnb'yi tercih nedenleri arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Diğer yandan, sadakat faktörü yalnızca Airbnb kullanma sayısına göre farklılık göstermektedir. Yani, kullanıcıların sadakati arttıkça Airbnb kullanma sayıları da artmaktadır. Bir diğer boyut olan evsel faydalar Airbnb kullanma sayısına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Yani, kullanıcılar evsel faydalar nedeniyle Airbnb'yi tercih etmekte ve Airbnb kullanma sayıları buna göre artmaktadır diyebiliriz.

Bu çalışma, turistlerin konaklamalarında geleneksel otel konaklaması yerine Airbnb'yi tercih etmede etkili olan faktörleri incelemiştir. Bu bağlamda mevcut yazında bu konuda yapılan az sayıda çalışmadan biri olması ve demografik değişkenler arasındaki farklılıkları incelemesi bakımından yazına katkı sağladığı düşünülmektedir.

Bu çalışma neticesinde ev sahiplerine Airbnb'yi kullanan müşteri profilini göz önünde bulundurarak hedef kitleye hizmet vermeleri tavsiye edilebilir. Bu çalışmanın bulgularına göre kullanıcıların çoğunlukla genç nüfus olduğu görülmektedir. Gençler, seyahatlerinde daha fazla etkileşim, otantiklik aramaktadırlar. Gelecek araştırmalar, Airbnb kullanıcıları ve oteller, pansiyonlar, oda-kahvaltı hizmeti sunanlar vb. Konaklama türü kullanıcıları arasında karşılaştırmalar yaparak bu çalışmayı geliştirebilirler.

KAYNAKÇA

Airbnb (2015), "Airbnb Summer Travel Report: 2015," <http://blog.airbnb.com/wp-content/uploads/2015/09/Airbnb-Summer-TravelReport-1.pdf>

Airbnb (2019), About us, <https://www.airbnb.com.tr/> (Erişim Tarihi: 01.09.2019).

Ajzen, I., ve Fishbein, M. (1975). "A Bayesian analysis of attribution processes," *Psychological bulletin* (82:2), 261.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.

Akgül, A. ve Çevik, O. (2005). *İstatistiksel Analiz Teknikleri SPSS'te İşletme Yönetimi Uygulamaları*, Emek Ofset, Ankara.

Baştürk, S. ve Taştepe, M. (2013). Evren ve örneklem. S. Baştürk (Ed.), *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (129- 159). Ankara: Vize Yayıncılık.

Bayram, A. T. (2018), Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde E-spor Turizmüne Katılma Niyeti, *Turizm Akademik Dergisi*, 2, 17-31.

Belk, R. (2014). You are what you can access: sharing and collaborative consumption online. *J. Bus. Res.* 67(8), 1595–1600.

Chen, D.J. (2012). Global concept, local practice: Taiwanese experience of CouchSurfing. *Hosp.Soc.* 1(3), 279-297.

Durmuş, B., Yurtkoru, E. S., Çinko, M. (2013). *Sosyal Bilimlerde Spss'le Veri Analizi*, (7.Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.

Ert, E., Fleischer, A., Magen, N. (2016) Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb *Tourism Management* 55, 62-73.

Erten, S. (2002), Planlanmış Davranış Teorisi ile Uygulamalı Öğretim Metodu, *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi*, 19(2), 217-233.

Guttentag, D. (2015), Airbnb: Disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector, *Current Issues in Tourism*, 18(12), 1192-1217.

Guttentag, D., Smith, S., Potwarka, L. ve Havitz, M. (2018), Why tourists choose Airbnb: A motivation-based segmentation study, *Journal of Travel Research*, 57(3), 342-359.

Han, H. ve Y. Kim (2010), An investigation of green hotel customers' decision formation: Develeoping an extended model of the theory of planned behavior", *International Journal of Hospitality Management*, 29, 659-668.

Hsu, C.H.C. ve Huang, S. (2010), An extension of the theory of planned behavior model for tourists, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 36(3), 390-417.

Kokalitcheva, K (2015). Here's how Airbnb justifies its ye-popping \$24 billion valuation. *Fortune*. Retrieved from <http://fortune.com/2015/06/17/airbnb-valuation-revenue/?iid=sr-link1>.

- Korkmaz, S. ve Sertoğlu, A. (2013), Genç tüketicilerin sürdürülebilir gıda tüketimi davranışının güven ve değerlere dayanan planlı davranış teorisi kapsamında tartışılması, *H.Ü.İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(1), 127-152.
- Lamb, Z. (2011). Rethinking authenticity in tourist experience: Analyzing the motivations of travelers in person-to-person hospitality networks (Unpublished). Master's thesis. Chicago, IL: The University of Chicago.
- Liang, L.J. (2015), Understanding repurchase intention of Airbnb consumers: Perceived authenticity, EWOM and price sensitivity (Unpublished Master's Thesis). University of Guelph.
- Mercan, N. (2015). Ajzen'in Planlanmış Davranış Teorisi Bağlamında Whistleblowing (Bilgi İfşası), Sosyal ve Beşeri Bilimleri Dergisi, 7 (2), 1-14.
- Mylomidis, K., Assimakopoulos, C. (2019). Investigating motives and reasons for choosing airbnb accommodations by greek consumers, *Procedia of Economics and Business Administration*, 148-154.
- Özer, L., Kement, Ü. ve Gültekin, B. (2015), Genişletilmiş Planlanmış Davranış Teorisi Kapsamında Yeşil Yıldızlı Otelleri Tekrar Ziyaret Etme Niyeti, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(4), 59-85.
- Poon, K.Y., Huang, W.-J. (2017) Past experience, traveler personality and tripographics on intention to use Airbnb. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29 (9), 2425-2443
- PricewaterhouseCoopers, (2015). The sharing economy: Consumer intelligence series. Retrieved September 9, 2017, from: www.pwc.com/us/en/technology/publications/asset/s/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.
- So, K.K.F., Oh, H., ve Min, S. (2018), Motivations and constraints of Airbnb consumers: Findings from a mixed-methods approach, *Tourism Management*, 67, 224-236.
- Sparks, B. (2007). Planning a wine tourism vacation? factors that help to predict tourist behavioral intentions. *Tourism Management*, 28, 1180-1192.
- Turan, A.H. (2011), İnternet Alışverişi Tüketici Davranışını Belirleyen Etmenler: Planlı Davranış Teorisi (TPB) ile Ampirik Bir Test, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12 (1), 128-143.
- Tussyadiah, I. P. (2015). An Exploratory Study on Drivers and Deterrents of Collaborative Consumption in Travel. In I. Tussyadiah and A. Inversini (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*, 817-830. Heidelberg, Berlin: Springer International Publishing.
- Tussyadiah, I. P. (2016), Factors satisfaction and intention to use peer to peer accommodation, *International Journal of Hospitality Management*, 55, 70-80.
- Tussyadiah, I. P., Zach, F. (2015). Hotels vs. peer-to-peer accommodation rentals: Text analytics of consumer reviews in Portland, Oregon. *Travel and Tourism Research Association 46th Annual*, Portland.
- Ünlüöner, K. ve Işın, A. (2018), Türkiye'ye Gelen Yabancı Turistlerin Yerel Yiyecekleri Tüketme Niyeti Üzerine Planlı Davranış Teorisi Kapsamında Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6/4, 662-689.
- Wikipedia, (2019), <https://tr.wikipedia.org/wiki/Airbnb> Erişim Tarihi: 01.09.2019
- Wang, D. ve Nicolau, J.L. (2017), Price determinants of sharing economy based accommodation rental: A study of listings from 33 cities on Airbnb.com, *International Journal of Hospitality Management*, 62, 120-131.
- Yang, S. ve Ahn, S. (2016), Impact of Motivation for Participation in the Sharing Economy and Perceived Security on Attitude and Loyalty toward Airbnb, *International Information Institute*, 19(12), 5745-5750.



ÖREN YERLERİNİN GÜVENLİK DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİNE YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA: AYDIN İLİ ÖRNEĞİ

Araştırma Makalesi

Cihat BİLGİN¹, Vedat ACAR², Abdullah TANRISEVDİ³

ÖZET

Bu araştırmada, ören yerlerinin güvenlik düzeylerini ortaya koymak amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, Aydın ili sınırları içerisinde yer alan ve turist grupları tarafından ziyaret edilen 8 ören yeri araştırma kapsamında incelenmiştir. Nitel araştırma deseni belirlenen bu araştırma verilerinin toplanmasında, “doğal-katılımsız gözlem” yöntemine başvurulmuştur. Araştırmada öncelikle, Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı Teftiş Kurulu Başkanlığı’nın 2863 Sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu mevzuatından, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü’nün raporlarından ve Türkiye Cumhuriyeti İçişleri Bakanlığı Emniyet Genel Müdürlüğü Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı’nın raporlarından faydalanılarak, 17 maddeden oluşan bir gözlem formu oluşturulmuştur. Daha sonra, 15-21 Ocak tarihleri arasında, gözlem formunda belirtilen maddelerle ilgili uzman görüşüne başvurulmuştur. Uzman görüşleri neticesinde, gözlem formunda yapılan düzenlemeyle birlikte 20 maddeden oluşan gözlem formu, öncelikle Afrodias ve Nysa ören yerlerinde gözlemlenmeye çalışılmıştır. Yapılan pilot çalışma neticesinde, 1 maddenin gözlemlenmesi mümkün olmaması nedeniyle gözlem formundan çıkarılmıştır. Daha sonra, 11-17 Şubat 2020 tarihleri arasında, Aydın ili sınırları içerisinde bulunan 23 ören yerinden Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından turistik ziyarete açık olup turistler tarafından ziyaret edilen diğer 6 ören yerinde gözlemler gerçekleştirilmiştir. Gözlemlerin güvenilirliğini arttırmak adına profesyonel turist rehberi olan birinci yazar ile birlikte başka bir gözlemci (profesyonel turist rehberi) daha görev almıştır.

Anahtar Kelimeler: Katılımsız Gözlem, Güvenlik Düzeyi, Ören yeri, Nitel Araştırma

JEL Kodları:

A QUALITATIVE RESEARCH TOWARDS INVESTIGATING THE SECURITY LEVELS OF ARCHAEOLOGICAL SITES: THE CASE OF AYDIN PROVINCE

Research Article

ABSTRACT

In this study, it is aimed to reveal the security levels of the ancient cities. In accordance with this purpose, 8 archaeological sites which are located within the borders of Aydın province and visited by tourist groups were investigated within the scope of the research. The data of this research which was determined as qualitative research design was collected by the method of “Natural-non-participant observation”. For this research, firstly an observation form comprised of 17 items was created by making use of the law on the Conservation of Cultural and Natural Property of the “Board of Inspection of the Ministry of Culture and Tourism” and the reports of “General Directorate

¹ Bilim Uzmanı, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, cihatbilgin@outlook.com, orcid.org/0000-0001-8560-1144

² Dr. Öğr Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, acrvdt@gmail.com, orcid.org/0000-0002-1679-6360

³ Prof. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, atanrisevdi@gmail.com, orcid.org/0000-0002-6640-2008

“Bilgin C., Acar V. ve Tanrısevdi A. (2020). Ören Yerlerinin Güvenlik Düzeylerinin İncelenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma: Aydın İli Örneği, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, Vol 4: No: 1, p. 91-110, doi: 10.30625/ijctr.723292”

of Investments and Enterprises” and “Department of Anti-Smuggling and Organized Crime”. Then, for the items of observation form, experts were consulted between 15-21 January. With the arrangement made in the observation form as a result of the expert opinions, the observation form consisting of 20 items was tried to be observed primarily in the archaeological sites of Aphrodisias and Nysa. As a result of the pilot study, 1 item was removed from the observation form since it was not possible to observe. Then, between 11 and 17 February 2020, the observations were made in the six of 23 archaeological sites situated within the borders of Aydın province which are available for tourist visits by the Ministry of Culture and Tourism. Along with the first writer who is a professional tourist guide, another observer (professional tour guide) was assigned in order to increase the reliability of the observations.

Keywords: Non-participant Observation, Security Levels, Archaeological Site, Qualitative Research.

JEL Classification Code:

GİRİŞ

İnsanların etkileşimleri sonucu ortaya çıkan kültür olgusu geçmişten günümüze kadar birçok somut ve soyut eserin oluşmasına katkıda bulunmuştur. Somut olan eserlerin yüzyıllar boyunca kuşaktan kuşağa aktarılaraq miras olarak korunulması adeta toplumların bir vazifesi haline gelmiş bulunmaktadır. Kuşaklar arası bırakılan bu kültürel miraslar, savaşlar sonrasında sınırları belirlenen ülkeler tarafından zamanla fark edilmeye başlanmıştır. Özellikle 17. yüzyıldan sonra Avrupa genelinde ilerleyen teknoloji ve sanayi, halkın ekonomik açıdan gelişmesini beraberinde getirmiştir. Ekonomik sorunlarını gidermeye çalışan bireylerin ise tarihi eserlere olan ilgileri çoğalmış ve kökeni çok eskiye dayanan koleksiyonculuk faaliyetleri artmaya başlamıştır. Koleksiyonculuk faaliyetlerindeki artış, müze sayılarındaki artışı beraberinde getirmiştir (Uralman, 2006). Özmen’e (2018) göre Avrupa’da müzecilik, üç etapta gelişim göstermiştir: Rönesans’a kadar süren koleksiyonerlik süreci; Rönesans’tan 19. yüzyıla kadar süren kurumsallaşma süreci; bugün hala daha devam ediyor olan eğitimsel kurumsallaşma sürecidir. Koleksiyonerlik süreci, müzelerin ortaya çıkmasında büyük rol oynayan bir süreçtir. Bu tarz faaliyetler ve gelişmeler sonucunda kültürel ve tarihsel açıdan zengin Anadolu ve birçok ülke, Avrupalı devletler ve seyyahlar tarafından yağmalanmaya başlanmıştır.

Anadolu geçmişten bugüne kadar çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Bu süreçteki son medeniyetler arasında yer alan Osmanlı Devleti’nin başlattığı eski eser koruma düzenlemeleri, Türkiye Cumhuriyeti yasa ve mevzuatlarıyla son halini bulmuştur. Tüm bunlara rağmen günümüzde tarihi eser kaçakçılığı devam etmektedir. Kültürel mirasın önemli bir parçası olan kültür varlıklarının insanlar tarafından

tahribata uğraması ise kültürlere ve insanlığın geçmişine zarar verecek duruma gelmiştir. Töngür (2018), Türkiye’nin arkeolojik alanların yağmalanması ve kaçakçılıkla uğraşan kaynak ülkeler arasında yer aldığını ifade etmiştir. Bunun temel sebeplerinden birisi olarak Türkiye’nin dört bir yanının taşınır ve taşınmaz kültür varlıkları ile dolu olması gösterilebilir.

Türkiye’de kültür varlıklarının korunmasını sağlayan ana mevzuatın 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu olduğu bilinmektedir. Ayrıca taşınır ve taşınmaz kültür varlıklarını koruyan başta UNESCO (Birleşmiş Milletler) olmak üzere birçok kurum ve kuruluşlar bulunmaktadır. Ülkemizde tüm bu düzenlemelere rağmen 2017’de yapılan tarihi eser kaçakçılığı operasyonlarında 997 kişi; 2018 yılında yapılan operasyonlarda ise 1251 kişi hakkında yasal işlem yapılmıştır. Diğer yandan Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı tarafından 2017 yılında 496 operasyon gerçekleştirilirken 2018 yılında 604 operasyon gerçekleştirilmiştir (Emniyet Genel Müdürlüğü Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı, 2019). İstatistikler dikkate alındığında, vakaların gün geçtikçe engellenmeye çalışılmasına rağmen vaka sayısında bir artışın söz konusu olduğu anlaşılmaktadır.

Kültür varlıklarının kaçakçılığının yaşandığı yerlerin, ören yerlerini kapsayan arkeolojik sit alanı olarak belirlenmiş bölgeler, olduğu görülmektedir (Emniyet Genel Müdürlüğü Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı, 2014). Ören yerlerinin tüm bu yasa ve mevzuatlara rağmen korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması için öncelikle koruma altına alınması gerektiği kaçınılmaz bir zorunluluktur. Bu noktadan hareketle çalışmanın temel araştırma sorusu “ören yerlerinin güvenlikleri ne düzeydedir?” şeklinde belirlenmiştir. Bu amaç

sorusu doğrultusunda, alt araştırma soruları aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

- Ören yeri koruma alanı, nasıl muhafaza altına alınmıştır?
- Ören yeri iç bölgesinde yerleşim katmanlarını tehdit eden herhangi bir imar faaliyeti var mıdır?
- Ören yerinin korunması nasıl sağlanmaktadır?
- Ören yeri korunmasına yönelik mesai saatleri dışında nasıl bir uygulama gerçekleştirilmektedir?
- Ören yerini ziyaret eden ziyaretçiler, herhangi bir kontrolden (x-ray cihazı, el dedektörü gibi) geçmekte midir?
- Olası bir elektrik kesintisi, sabotaj, yangın, hırsızlık gibi durumlara yönelik ören yerinde ne tür önlemler alınmıştır?
- Ören yeri içerisindeki eserlerin korunmasına yönelik ne tür uyarı levhalarına başvurulmaktadır?

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Anadolu, geçmişten bugüne kadar yüzyıllar boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Türkiye topraklarından geçen bu medeniyetler günümüze kadar varlığını sürdürecektir sayısız eser ve yapı bırakmıştır. Geçmişte yaşanan savaşlardan ve fetihlerden ötürü bırakılan bu eserlerin değeri pek bilinmeyip birçok eski yapı tahrip edilmiş veya çeşitli sebeplerle yıkılmıştır. Geriye kalan eski yerleşim yapıları ve eserlerin çoğu, zaman içerisinde toprak altında kalmaya yüz tutmuştur.

Günümüzde, geçmişten bugüne kadar Anadolu coğrafyasında kalan tüm bu tarihi eserler “kültür varlıkları” adı altında toplanmıştır. Kültür varlıklarının kaçakçılığının ve tahribatının tam olarak hangi tarihte başladığını söylemek mümkün değildir. Fakat tarihi eserlerin kaçakçılığının ülkemizde başlamasının nedeni olarak, 17. yüzyılda Avrupa’da gelişmeye başlayan koleksiyonculuk ve müzecilik faaliyetleri gösterilmektedir. Avrupa ülkelerinden gelen seyyahlar, kötü niyetli kişiler kaçak kazılar yaparak, eserleri ve yapıları gün yüzüne çıkarıp ağırlıklı olarak Avrupa’daki ülkelere götürmüştür. Avrupa’daki müzelerin çoğu bu yağmalamalardan meydana gelmiştir. Bu tarz kaçak ve gizli faaliyetler 20. yüzyılın ortalarına doğru azaldığından söz edilebilir (Karaduman, 2007: 19). Bunun temel sebeplerinden birisi ise

Osmanlı Devleti’nin tarihi eserleri kapsayan kültür varlıklarının korunmasıyla ilgili önlem olarak kanun çıkarması ve günümüzde bu kanunların yeniden düzenlenerek Türkiye Cumhuriyeti’nde devam ettirilmesi olduğu söylenebilir.

Osmanlı Devleti’nde batılılaşma sürecinde kültür varlıklarının korunması ile ilgili çıkarılan ilk düzenleme 1869 yılında oluşturulan Âsar-ı Atika Nizamnamesi’dir. Bu düzenlemenin temel amacı bazı taşınır kültür varlıklarına tanım getirmek ve Osmanlı Devleti sınırları içerisinde yer alan arkeolojik yapılarda kazı yapan yabancı ekiplerin çalışmalarını denetlemek olduğu söylenebilir. 1874 yılında ise yeni bir nizamname oluşturularak eski eserlerin artık devlet malı olduğu hükmü getirilmiştir. Bu hüküm günümüze kadar oluşturulan tüm mevzuatlarda kalıcı olarak yer almıştır (Akat, 1990: 14). Tarihi eserlerin içerisinde yer aldığı geniş tanım olan kültür varlıklarının korunmasında en son hazırlanan temel kanun ise 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıkları Koruma Kanunu’dur (Atılğan, 2016). Bu kanunda taşınır ve taşınmaz kültür varlıklarının korunmasıyla ilgili kararlar yer almaktadır. Kültür varlıklarının tanımı, 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıkları Koruma Kanunu’nun 3. maddesinin ‘a’ bendinin 1. alt bendinde: “*Kültür varlıkları; tarih öncesi ve tarihi devirlere ait bilim, kültür, din ve güzel sanatlarla ilgili bulunan veya tarih öncesi ya da tarih devirlerinde sosyal yaşama konu olmuş bilimsel ve kültürel açıdan özgün değer taşıyan yer üstünde, yer altında veya su altındaki bütün taşınır ve taşınmaz varlıklardır.*” şeklinde tanımlanmıştır (Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu, 1983). Kanununun 2. bölümünün d bendinde, korunması zorunlu taşınmaz kültür varlıklarının içerisinde “ören yeri” ifadesi de yer almaktadır. Ören yeri ise, 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıkları Koruma Kanunu’nun 3. maddesinin ‘a’ bendinin 7. alt bendinde; “*Ören yeri; tarih öncesinden günümüze kadar gelen çeşitli uygarlıkların ürünü olup, topoğrafik olarak tanımlanabilecek derecede yeterince belirgin ve mütecanis özelliklere sahip, aynı zamanda tarihsel, arkeolojik, sanatsal, bilimsel, sosyal veya teknik bakımlardan dikkate değer, kısmen inşa edilmiş, insan emeği kültür varlıkları ile tabiat varlıklarının birleştiği alanlardır.*” şeklinde tanımlanmıştır (Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu, 1983).

Ören yerlerinin korunması ile ilgili birden fazla mevzuat bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi Müzeler İç Hizmet Yönetmeliği'dir. Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı'nın Müzeler İç Hizmet Yönetmeliği'nin 5. maddesinin e bendinde 2863 sayılı kanunun içerdiği tüm taşınmaz kültür varlıklarının korumasının müzelerin sorumluluğunda olduğu belirtilmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 1990). Ören yerlerinin korunması kapsamında hazırlanan bir diğer düzenleme ise Müzecilik Kılavuzu'dur. Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı'nın yayınladığı Müzecilik Kılavuzu'nda kılavuzun amaçlarından bir tanesinin "müzelerde ve ören yerlerinde yer alan taşınır ve taşınmaz kültür ve tabiat varlıklarının her türlü tehlikeye karşı korunması ve bunun için tüm imkanları kullanarak gerekli önlemlerin alınmasını sağlamaktır." olduğu belirtilmiştir. Ayrıca yine aynı kılavuzun içerisinde kapsam bölümünde "Bu kılavuz müze ve ören yerlerindeki güvenlik önlemlerinin nasıl ve ne şekilde alınması gerektiğini kapsar." ifadesi yer almaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2001). Bu ifadelerden hareketle müzeler için çıkartılan kılavuzun aynı zamanda ören yerlerinin korunması için de çıkartıldığı anlaşılmaktadır.

Mevzuatlara rağmen Türkiye içerisinde kaçak kazıların halen devam ettiği bilinmektedir. Kaçak kazılarla ilgili müdahale yetkisi olan kurumlardan bir tanesi, Emniyet Genel Müdürlüğü Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı'dır. Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı'nın yayınladığı 2018 raporuna göre, tarihi eser kaçakçılığı ile mücadelede, 2018 yılında toplam 604 adet operasyon gerçekleştirilmiş, bu operasyonlar neticesinde 1.251 şüpheli hakkında yasal işlem yapılmıştır. Geçen yıla oranla olay sayısında %21 ve şüpheli sayısında %25 artış olduğu görülmüştür. Bu artışların çok sayıda planlı çalışmanın operasyonel faaliyetlere dönüştürülmesinin yanı sıra tarihi eserlerin satışı noktasında en etkin konumda olan koleksiyoner ve antikacılar yönelik başarılı operasyonlardan kaynaklandığı değerlendirilmektedir (Emniyet Genel Müdürlüğü Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı, 2019)

Tarihi eser olaylarının en çok meydana geldiği şehirlere göz atıldığında suça karışan antikacı ve

koleksiyonerlerin yoğun bulunduğu büyük ölçekli şehirler, yurt dışı çıkış noktaları bulunan liman şehirleri ve eski eser kaçakçılığı açısından potansiyel risk taşıyan şehirlerin ağırlık kazandığı görülmektedir. 2018'de gerçekleştirilen operasyonlarda, tarihi eser kaçakçılığı olayları eylem tipine göre ele alındığında; taşınır kültür varlıklarının % 20'sinin kaçak kazılar sırasında ele geçirildiği anlaşılmıştır. 2018 yılında Türkiye genelinde gerçekleştirilen operasyonlar içerisinde 50 adet dedektör ve 4 alan tarama cihazının ele geçtiği not düşülmüştür. Ele geçirilen dedektörlerin diğer senelere göre sayısının artmasının en büyük sebeplerinden birisi, internette verilen dedektör reklamları olduğu düşünülmektedir (Emniyet Genel Müdürlüğü Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı, 2019)

Bu araştırmanın yapıldığı yer olan Aydın ili ise geçmişten bu yana kültür varlıklarını yağmalayarak yurtdışına kaçırmaya çalışan devletlerin sürekli hedefi olmuştur. Osmanlı Devleti'nin son yıllarına doğru Anadolu içerisinde bulunan birçok eser tahrip edilmiştir. Türkiye'nin ilk demiryolu İngilizler tarafından 1857'de başlatılıp 1866'da inşası biten İzmir- Aydın demiryoludur. Bu demiryolunun güzergâhında ve yakın civarında "Efes Antik Kenti, Metropolis, Magnesia, Nysa, Myus, Miletos, Priene, Tralleis" gibi antik kentler yer almaktadır. Demiryolunun yapılması bölgenin yağmalanmasını daha da kolaylaştırmıştır (Deniz 2000'den aktaran Akkuş 2009: 40).

Günümüzde tüm bu kanunlara ve mevzuatlara rağmen ülke genelinde tarihi eser kaçakçılığının ve eser tahribatının hala daha devam ettiği bilinmektedir. Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı'nın yayınladığı rapora göre 2018 yılında Türkiye genelinde toplamda 70.372 adet eser ve sikke, çeşitli operasyonlarla ele geçirilmiştir. 2018 yılında en fazla kültür ve tabiat varlıkları kaçakçılığı olayı olan ilk 20 ilin içerisinde Aydın ili 5. Sıradadır ve toplamda 26 adet kaçakçılık vakası yaşandığı tespit edilmiştir. Aydın ili içerisinde yapılan operasyonlarda toplamda 1.154 tarihi eser ele geçirilmiştir. En çok tarihi eser ele geçirilen iller arasında Aydın ili 9. sıradadır (Emniyet Genel Müdürlüğü Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı, 2019). Aydın ilinde yaşanan bir kaçak kazıya dair 21 Kasım tarihinde yayınlanan gazete haberinde,

gece saatlerinde UNESCO dünya mirası listesinde olan Afrodias Antik Kenti'nin bulunduğu Geyre Mahallesi'ndeki İsmet Yılmaz'a ait zeytinlik arazide kaçak kazı yapan 5- 6 kişilik bir grup olduğundan bahsedilmiştir. İhbar üzerine bölgeye giden ekipleri fark eden grupların kaçtığı ve bu operasyon sonucunda kaçak kazı yapılan arazinin altında 2.500 yıllık bir lahit keşfedildiği belirtilmiştir (Sabah, 2019).

Türkiye genelinde birçok ören yeri henüz kamulaştırılmadığı için korunma altına alınmadığı bilinmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın hazırladığı 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu'nun 15. maddesinin a bendinde, kamulaştırma faaliyetlerine karar verilmesinde rol oynayan kurumun Kültür ve Turizm Bakanlığı olduğu; *“Kısmen veya tamamen gerçek ve tüzelkişilerle mülkiyetine geçmiş olan korunması gerekli taşınmaz kültür ve tabiat varlıkları ile korunma alanları Kültür ve Turizm Bakanlığınca hazırlanacak programlara uygun olarak kamulaştırılır. Bu maksat için, Kültür ve Turizm Bakanlığı bütçesine yeterli ödenek konur”* şeklinde belirtilmiştir. Bu kanunun c bendinde kamulaştırma faaliyetlerinde yetkili diğer kurum ve kuruluşların da olduğu şu şekilde belirtilmiştir; *“Korunması gerekli taşınmaz kültür ve tabiat varlıklarının korunma alanları, imar planında yola, otoparka, yeşil sahaya rastlıyorsa bunların belediyelerce; sair kamu kurum ve kuruluşlarının bakım ve onarım ile görevli oldukları veya kullandıkları bu gibi kültür varlıklarının korunma alanlarının ise, bu kurum ve kuruluşlarca, kamulaştırılması esastır.”* (Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu, 1983). Ayrıca Türkiye'de ören yerlerinin yer aldığı arazilerin birçoğunun hem kamuya hem de şahıslara ait olduğu bilinmektedir. Özel'e (2005) göre Türkiye'de bulunan taşınmaz kültür varlıklarının tamamı devlete ait değildir. Şahıslara ait mülkiyetler üzerinde yer alan taşınmaz kültür varlıkları da vardır ve şahısların bu mülkiyet üzerindeki kullanım hakları da kısıtlandırılmıştır. Fakat bu kısıtlandırmaların, mülkiyetin hak sahipliğinin hukuken tamamıyla kamuya verildiği söylenemez.

Berkok'a (1991) göre Türkiye'deki kaçak kazıların ortaya çıkmasının önemli sorunlardan bir tanesi devletin Kültür ve Turizm Bakanlığı'na ayırdığı ödeneğin yetersiz olmasıdır. Bundan ötürü ören

yerlerinin üzerinde bulunduğu arazilerin tamamının kamulaştırılmaması mümkün olmamaktadır. Mali sorunlardan dolayı birçok eserin yer aldığı bölgelerde kaçak kazılar engellenememektedir.

Basına yansıyan bir başka haberde Aydın'ın Tralleis Antik Kenti'ne gece saat 21.00 sıralarında gizlice giren kaçakçıların eserleri kaçırdığı belirtilmiştir. Yıllardır kazı çalışmaları devam eden Aydın ilindeki Tralleis Antik Kenti'nin etrafının tel örgü ve güvenlik sistemleri ile çevrelenmesine rağmen hırsızların veya kaçakçıların kazı deposuna çatıya yakın bölgeden girerek tarihi eserleri kaçırdıkları ve bulunamadıkları ifade edilmiştir (İhlas Haber Ajansı, 2017). Kültür varlıklarının kaçakçılığının önlenmesini engelleyen sorunlar Akkuş'a (2009: 144) göre şu şekilde belirtilmektedir;

- Kurumlar arası koordinasyon problemleri,
- Suçların önlenmesine dair toplumda yer alan bireylerin yeterli düzeyde bilince sahip olmaması,
- Tarihi eser kaçakçılığının önlenmesi için kitle iletişim araçlarının fonksiyonlarının yetersiz kalması,
- Para ve hapis gibi yaptırımların yeterince caydırıcı olmaması ve bu yaptırımların uygulanmasına dair mevzuatta ve kanunlarda yetersizlik olması,
- İhbar edenlere verilen ikramiyelerin teşvik edici düzeyde olmaması,
- Koleksiyonerler ile ilgili mevzuat eksiklikleri ve denetimlerin yeterli seviyede olmaması,
- Define aranmasına hakkındaki işlemlerde mevzuattaki belirtilenlerin dışında bir sürecin ilerlemesi,
- Mali açıdan kaynaklanan yetersizlikler.

Kültürel mirasın korunması sadece devletler için değil, uluslararası hukukta kanıtlandığı gibi kültürel mirasın korunmasına yönelik hak ve yükümlülükleri olan bireyler için de geçerli olan çok boyutlu bir konudur. Bireylerin ve grupların kültürel miraslarının korunmasında aktif rolü vardır (Papaioannou, 2017). Aladağ (2010: 139-140) tarafından gerçekleştirilen başka bir çalışmada, kültür varlıklarının korunmasında Türkiye'nin hazırladığı kanun ve mevzuatların ve bu mevzuatlarda yetkilendirilen kişilerin yetersiz kaldığına dikkat çekilmektedir. Kurum ve kuruluşların sayısının çoğalmasının olayların

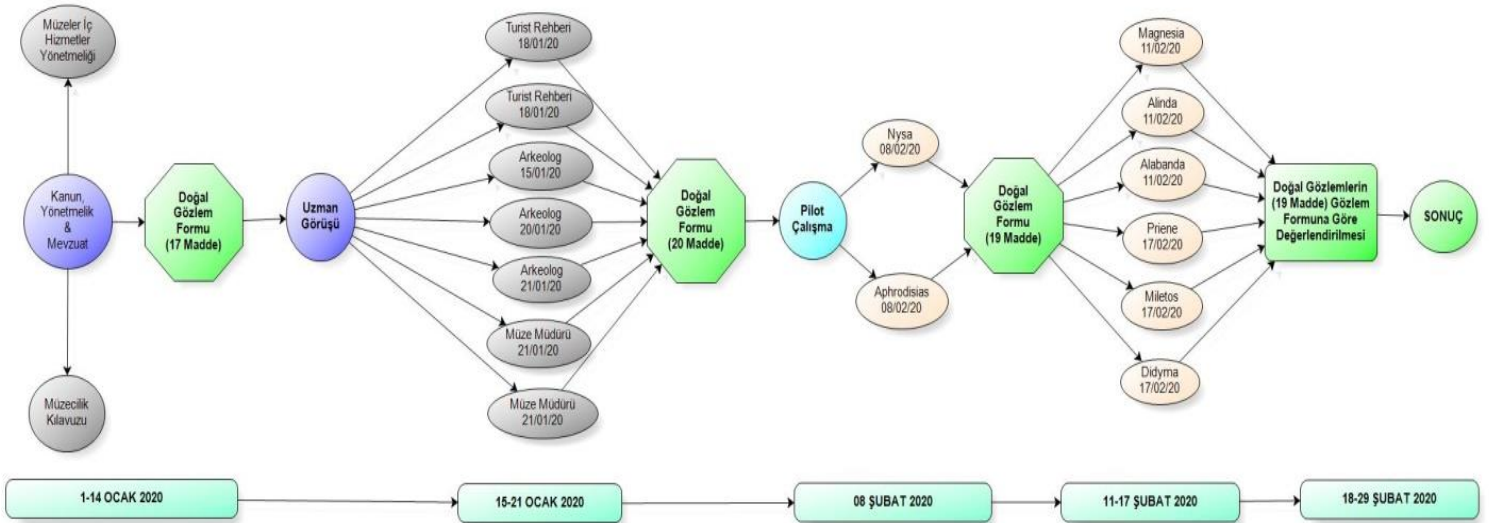
çözülmesinde tam tersine yetki karmaşası oluşturduğu ve kültür varlıklarının korunması ve geliştirilmesinin bu gibi nedenlerden dolayı daha da zorlaştırıldığı ifade edilmektedir. Bu nedenle yetki ve sorumluluk dağılımının tekrar gözden geçirilmesi gerektiği belirtilmektedir. Son olarak Nesli'ye (2018) göre Kültür ve tabiat varlıklarının korunmasıyla ilgili mevzuatın kapsamlı olmasından dolayı, bir dağınıklık olduğu söz konusudur. Ayrıca çıkan sonuçlarda yönetmeliklerin birden fazla düzenlenmesinden kaynaklanan karışıklıklar olduğu tespit edilmiştir. Tüm bu yapılan araştırmalara ve haberlerden hareketle kanun ve mevzuatlar çerçevesinde bu çalışmada, Aydın ili sınırları içerisinde bulunan 8 adet ören yerinin korunmasına yönelik güvenlik önlemlerinin ne düzeyde alındığı incelenmektedir.

YÖNTEM

Aydın ili sınırları içerisinde yer alan ören yerlerinin güvenlik düzeylerini nitel bir yaklaşımla belirlemeye yönelik gerçekleştirilen bu araştırma verilerinin toplanmasında, gözlem yöntemine başvurulmuştur. Gözlem yöntemi, araştırmacılar tarafından farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır. Söz gelimi Kozak (2014: 93-94) gözlemi, doğal ortamlarda gözlem ve yapay ortamlarda gözlem şeklinde sınıflandırırken Altunışık ve diğerleri (2010: 99-101) gözlemi, katılımsız (doğal gözlem, simülasyon- canlandırma) gözlem ve katılımlı gözlem olmak üzere iki kategoride ele almaktadır. Akturan ve diğerleri (2013: 100-102) tarafından

yapılan başka bir sınıflandırmaya göre ise gözlem; katılımlı, katılımsız ve mekanik gözlem olmak üzere üç kategoride incelenmektedir. Yapılan bu sınıflandırmalardan hareketle gerçekleştirilen bu araştırmada, veri toplama yöntemi olarak doğal gözlemden (katılımsız) yararlanılmıştır. Araştırmada doğal gözleme başvurulmasında, ören yerlerindeki güvenlik sorunlarını, objektif bir gözle değerlendirme amacı etkili olmuştur. Araştırmanın gerçekleştirildiği bölgenin (Aydın ili) seçiminde ise;

- Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğü'nün hazırladığı Türkiye'de en çok ziyaret edilen antik kentler sıralamasına göre, 204.770 ziyaretçi ile Aydın ilinin 9. sırada yer alması (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019b),
- Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü'nün 2018 yılı Turizm İstatistikleri genel değerlendirme raporuna göre, 6,5 milyon yerli ve yabancı turist ile Aydın ilinin en fazla konaklanan dördüncü şehir olması (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019a),
- 2018 yılı Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Raporu'na göre, en fazla kültür ve tabiat varlıkları kaçakçılığı olan 20 il arasında Aydın ilinin 5. sırada yer alması (Emniyet Genel Müdürlüğü Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı, 2019) etkili olmuştur.



Şekil 1: Araştırma Süreci

Araştırmada öncelikle, Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı Teftiş Kurulu Başkanlığı'nın 2863 Sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu mevzuatı, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü'nün ve Türkiye Cumhuriyeti İçişleri Bakanlığı Emniyet Genel Müdürlüğü Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı'nın 2018 yılında hazırlanan raporları incelenmiş ve bu bilgilerden hareketle 17 maddeden oluşan bir gözlem formu oluşturulmuştur. Gözlem formunda yer alan ifadelerin geçerliliğini belirlemek üzere, 15-21 Ocak 2020 tarihleri arasında, 3 arkeolog, Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı müzelerde görev yapmış 2 müze müdürü ile 25 yıl ve üzeri sektör deneyimine sahip 2 profesyonel turist rehberinden oluşan toplamda 7 uzman görüşüne başvurulmuştur (Şekil 1).

Bu görüşmeler neticesinde, gözlem maddelerinin içeriği ve sıralamasında düzenlemeye gidilmiş ve gözlem formuna son şekli verilmiştir. Oluşturulan bu gözlem formunu test edebilmek amacıyla, 08.02.2020 tarihinde Afrodiasias ve Nysa ören yerleri hem gündüz saatlerinde hem de akşam saatlerinde ziyaret edilmiştir. Ön testte, toplamda 2 saat 35 dakika gözlem gerçekleştirilmiştir. Karasar (2009: 161), tek bir gözlemci tarafından gerçekleştirilen gözlemlerin güvenilirliğini kestirmenin zor olduğunu belirterek araştırmalarda en az iki gözlemcinin yer alması gerektiğine işaret etmektedir. Bu noktadan hareketle gözlemler

esnasında, herhangi bir detayın göz ardı edilmemesi adına profesyonel turist rehberi olan birinci yazar ile birlikte başka bir gözlemci (profesyonel turist rehberi) daha görev almıştır. Gözlemlere başlamadan önce, bir gözlem defteri oluşturulmuş ve ören yeri ziyaretleri esnasında gözlenebilen her şey bu gözlem defterine not edilmiştir. Örneğin:

“... 11.02.2020... 15.45. Ören yeri bölgesinde antik kentin adının bulunduğu levhanın ve Araphisar Mahallesi levhasının olduğu yerden sol tarafa dönerek Tiyatro yapısına doğru geçiş yaptıktan sonra aracımızı üniformalı güvenlik görevlisinin bize baktığı tek katlı binanın yanına park ettik. Daha sonra güvenlik görevlisinin ve bir kişinin daha bulunduğu binaya doğru yürüdüğümüzde, kendilerine ören yerini ziyaret edeceğimizi bildirdik. Ardından araca tekrar bindik. Köy içerisinde bulunan evler arasından geçiş yaparak son nokta olan Tiyatro yapısının girişine vararak park ettik...”

Ön test sonrasında, iki gözlemci tarafından da gözlemlenemeyen bir madde (Ören yerinde, herhangi bir haberleşme ağı (telsiz, mobil, internet) bulunmakta mıdır?) gözlem formundan çıkarılmasına karar verilmiştir (Ek-1). 19 maddelik nihai gözlem formu çerçevesinde Aydın ili sınırları içerisinde yer alan 6 ören yerinde (Magnesia, Alinda, Alabanda, Priene, Miletos, Didyma) gözlemler gerçekleştirilmiştir (Tablo-1).

Tablo 1: Ören yerleri Gözlem Süreleri

GÖZLEM TARİHİ	GÖZLEM YERİ	GÖZLEM ARALIĞI SAAT		TOPLAM GÖZLEM SÜRESİ
		GÜNDÜZ	GECE	
08.02.2020	Nysa Ören Yeri	14:20-15:20	19:05-19:20	1 saat 15 dakika
08.02.2020	Afrodiasias Ören Yeri	16:35-18:00		1 saat 25 dakika
11.02.2020	Magnesia Ören Yeri	13:35-14:50	20:50-21:05	1 saat 30 dakika
11.02.2020	Alabanda Ören Yeri	15:45-16:46	19:31-19:47	1 saat 17 dakika
11.02.2020	Alinda Ören Yeri	17:14-19:00		1 saat 46 dakika
17.02.2020	Priene Ören Yeri	12:45-14:00	19:39-19:51	1 saat 27 dakika
17.02.2020	Milet ören Yeri	15:09-16:29	18:54-19:24	1 saat 50 dakika
17.02.2020	Didyma Ören Yeri	16:43-18:37		1 saat 54 dakika

6 ören yerinde gerçekleştirilen bu gözlemlerde, pilot çalışmada olduğu gibi profesyonel turist

rehberi olan birinci yazarın yanı sıra başka bir gözlemci (profesyonel turist rehberi) daha görev

almıştır. Araştırmaya dâhil edilen ören yerlerinin belirlenmesinde ise Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğü'nün hazırladığı “2018 Müze ve Ören Yeri Ziyaretçi İstatistikleri” etkili olmuştur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019b). Bu raporda, Aydın ili sınırları içerisinde yalnızca 8 ören yerinin turist gruplarının ziyaretlerine açık olduğu belirtilmektedir. Gözlemciler, aynı zamanda ören yerlerinin fotoğraflarını çekmiştir. Gözlem defterine yazılan notlar, ören yeri ziyareti sonrasında MS Word dosyasına aktarılmış, sonrasında ise 19 maddeden oluşan gözlem formu çerçevesinde bir bütün olarak değerlendirilmiştir. Araştırma süreci, Şekil-1’de sunulmaktadır.

BULGULAR

Bu bölümde, Aydın ili sınırları içerisinde yer alan ören yerlerinin güvenlik düzeylerini belirlemeye yönelik gerçekleştirilen doğal gözlemlere ilişkin sonuçlara yer verilmektedir.

Ön Teste İlişkin Bulgular

1- “Ören yeri koruma alanı muhafaza altına alınmış mıdır?”

Nysa ören yerinde her iki gözlemci tarafından gerçekleştirilen gözlemlerde, kazı çalışması gerçekleştirilen alan dışında, ören yerini çevreleyen herhangi bir koruma önleminin alınmadığı tespit edilmiştir. Ören yerine ilk giriş esnasında raylı bir kapı sistemi olduğunu belirten 1 nolu gözlemci, Bu kapının hem gündüz saatlerinde hem de akşam mesai saati bitimi sonrasında araç girişine açık tutulduğunu gözlemlemiştir. Afrodisias ören yerinde gerçekleştirilen gözlemlerde ise, girişten itibaren Tetrasyon, Stadium, Afrodit Tapınağı, Odeon, Hadrian Hamamları, Güney Agora, Amfi Tiyatro, Tiyatro Hamamlar, Sebasteion güzergâhının tamamen tel örgü ile muhafaza altına alındığı not edilmiştir.

2- *Ören yeri iç bölgesi (hinterlandı) içerisinde imar faaliyetleri yerleşim katmanlarını tehdit etmekte midir?*

Her iki gözlemci hem Afrodisias hem de Nysa ören yeri iç bölgesi içerisinde yerleşim katmanını tehdit edebilecek herhangi bir imar faaliyetinin olmadığını not etmiştir.

3- *Ören yerinde, güvenlik, bekçi veya koruma görevlisi var mıdır? Var ise sayısı kaçtır?*

Nysa ören yerinde gerçekleştirilen gözlemlerde, ören yerinde görevli olan 1 adet güvenlik görevlisi haricinde herhangi bir görevlinin olmadığı her iki

gözlemci tarafından not edilmiştir. Afrodisias kentinde gerçekleştirilen gözlemlerde ise ören yeri giriş turnikelerine ve gişe ofisine gelmeden sol tarafta yer alan Jandarma binasının önünde otoparkı izleyen silahlı bir Jandarma polisi olduğu, ören yeri girişinin akabinde Döner Sermaye İşletme Müdürlüğü altında çalışan bir adet gişe görevlisi tespit edilmiştir. Ancak ören yerinin giriş bölümünde yer alan müze dışında, herhangi bir yerde güvenlik görevlisinin olmadığı her iki gözlemci tarafından kaydedilmiştir.

4- *Ören yerinde güvenlik görevlisi var ise olası bir saldırıya ya da kaçak kazıya müdahale ederken kendilerini koruyabilecekleri herhangi bir savunma malzemesi (cop, silah vb.) bulundurmakta mıdır?*

Nysa ören yeri girişinde görevli olan güvenlik görevlisinin üzerinde herhangi bir saldırı ya da kaçak kazı durumunda müdahalede bulunabileceği herhangi bir savunma malzemesi üzerinde bulundurmadığı gözlemlenmiştir. Gözlemcilerin, güvenlik kulübesine giriş sağlayamamaları nedeniyle kulübe içerisinde herhangi bir savunma malzemesinin bulunup bulunmadığı tespit edilememiştir. Benzer şekilde Afrodisias’ta gerçekleştirilen gözlemlerde, müze kapısında yer alan güvenlik görevlisinin üzerinde herhangi bir savunma malzemesinin bulunup bulunmadığı gözlemlenememiştir.

5- *Ören yerinde, güvenlik personeline tahsis edilen herhangi bir ofis var mıdır?*

Nysa ören yerinde gerçekleştirilen gözlemlerde hem bilet gişesi hem de güvenlik kulübesi olarak kullanılan tek bir ofisin bulunduğunu her iki gözlemci tarafından tespit edilirken Afrodisias’ta, ören yeri girişinde gişe ofisinin karşısında bir adet prefabrik ofis olduğu ancak bu yapının güvenlik görevlisine tahsis edilip edilmediği tam olarak anlaşılmamıştır.

6- *Ören yerinde çalışan güvenlik personeline yönelik mesai saatleri dışında herhangi bir vardiya sistemi uygulanmakta mıdır?*

Saat 16.35’te gözlemciler, Afrodisias kentine giriş sağladıklarında, ören yerine en son giriş saatinin 17.00 olduğu ve içeride bulunan ziyaretçilerin tahliye işleminin 17.30’da gerçekleştirileceği bilgisi gözlemcilere iletilmiştir. Saat 17.30’da gişe görevlisi tarafından verilen talimatı doğrultusunda gözlemciler, çıkışa yönelmiş ancak 15 dakika kadar müzenin karşısında gözlem yapmaya devam etmişlerdir. Tahliye uyarıları doğrultusunda saat

18.00’da gözlemcilerin, ören yeri bölgesinin terk etmek zorunda kalmaları nedeniyle herhangi bir güvenlik görevlisi ya da bekçinin akşam vardiyasında görev alıp almadığı gözlemlenememiştir. Ancak saat 19.05’te mesai saati sonrasında Nysa ören yeri yeniden ziyaret edildiğinde, girişte bulunan gişenin kapalı olduğu, araç ile ören yerine girildiğinde ise içeride herhangi bir güvenlik görevlisinin olmadığı her iki gözlemci tarafından not edilmiştir.

7- *Ören yerinde, çevre izleme ve takip sistemi (kamera, drone vb.) kullanılmakta mıdır?*

Nysa ören yerinde gerçekleştirilen gözlemlerde, güvenlik görevlisinin bulunduğu kulübenin önünde 2 adet kamera haricinde Agora, Meclis Binası, Çarşı Bazilikası, Amfi Tiyatro, Kütüphane, Gymnasion gibi yapılarda herhangi bir çevre izleme ve takip sisteminin olmadığı her iki gözlemci tarafından not edilmiştir. Afrodisias ören yerinde gerçekleştirilen gözlemlerde ise ziyaret edilebilen bölgelerde 3’ü 360 derece dönebilen (Tetrapylon, Stadium ve Tiyatro), 10’u ise sabit olmak üzere toplam 13 adet güvenlik kamerası tespit edilmiştir. Diğer yandan hem Nysa hem de Afrodisias’ta, gözlem süresince herhangi bir drone uçuşunun olmadığı not edilmiştir.

8- *Ören yerindeki eserlerin korunmasına yönelik herhangi bir alarm sistemi var mıdır?*

Nysa ören yerinde, gişe/ güvenlik kulübesinin alarm sistemi ile korunduğu ancak ören yeri içerisinde herhangi bir alarm sisteminin olmadığı gözlemlenmiştir. 1 nolu gözlemci, gözlemlenen alarm sisteminin, gişe/güvenlik kulübesinin arkasında bulunan kazı ekibine ait yapıları koruduğunu tespit etmiştir. Afrodisias’ta ise, müze binası dışında hiçbir bölgede alarm sisteminin olmadığı her iki gözlemci tarafından kaydedilmiştir.

9- *Ören yerinde, herhangi bir haberleşme ağı (telsiz, mobil, internet) bulunmakta mıdır?*

Hem Nysa hem de Afrodisias ören yerinde gerçekleştirilen gözlemlerde, ören yeri içerisinde herhangi bir haberleşme ağının olup olmadığı, her iki gözlemci tarafından da gözlemlenememiştir.

10- *Ören yerinde kazı faaliyetlerinin sürdürülmesi ve güvenliğin sağlanması amacıyla elektrik verilmekte midir?*

Nysa ören yeri içerisinde elektrik direklerinin olduğu, her iki gözlemci tarafından not edilmiştir. 1 nolu gözlemci, ören yeri içerisinden geçen yolda bulunan bir elektrik direğine monte edilmiş,

üzerinde “İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü” ibaresi bulunan bir elektrik panosu gözlemlenmiştir. Afrodisias ören yerinde ise, bütün kameraların altında elektrik kablolarının olduğu ve bazı kamera direklerinde elektrik panosu ile priz takılabilecek bölümlerin olduğu her iki gözlemci tarafından not edilmiştir.

11- *Ören yerinde aydınlatma sistemi var mıdır? Varsa ne düzeydedir?*

Nysa’da, gündüz vakti (14.20-15.20 arası) tiyatronun sağ ve sol giriş kapılarının bitişiğinde, yere monte edilmiş bir aydınlatma düzeneği bulunmasına rağmen ören yerindeki diğer yapılarda herhangi bir aydınlatmanın olmadığı her iki gözlemci tarafından not edilmiştir. Akşam saatlerinde (19.05’te) yeniden ziyaret edildiğinde, tiyatro girişinde bulunan ışıkların çalışmadığı, ancak Kavaklı Köyü’ne giden yolun üstünde bulunan sokak lambalarının ören yerini bir miktar aydınlattığı her iki gözlemci tarafından kaydedilmiştir. Afrodisias’taki gözlemlerde ise, Tetrapylon- Stadium- Aphrodite Tapınağı- Odeon- Hadrian Hamamları- Güney Agora- Amfi Tiyatro- Tiyatro Hamamları- Sebasteion güzergâhında birçok aydınlatma direğinin bulunduğu her iki gözlemci tarafından not edilmiştir.

12- *Ören yerinde olası elektrik kesintisinde kullanılabilecek herhangi bir teçhizat (jeneratör gibi) var mıdır?*

Nysa ören yerinde, olası bir elektrik kesintisinde devreye girebilecek herhangi bir teçhizatın olmadığı her iki gözlemci tarafından tespit edilirken Afrodisias’ta, gişe ofisi olarak kullanılan yapının arkasında bir adet jeneratör tespit edilmiştir.

13- *Ören yerini ziyaret edenlerin paket ve çantaları, herhangi bir kontrolden (x-ray cihazı, el dedektörü, x-ray metal kapı dedektörleri gibi) geçmekte midir?*

Hem Nysa hem de Afrodisias ören yeri girişinde, x-ray, el dedektörü, x-ray metal kapı dedektörü gibi herhangi bir güvenlik tarama aracının kullanılmadığı her iki gözlemci tarafından not edilmiştir.

14- *Ören yerinde sabotaj, yangın, hırsızlık vb. durumlara yönelik herhangi bir önlem alınmış mıdır?*

Nysa ören yerinde, sabotaj ve yangın durumuna yönelik alınan herhangi bir önlemin alınmadığı gibi yakınlarda bulunan şahsi arazilerden ören yerine girişin kolaylıkla sağlanabilmesi nedeniyle

olası hırsızlık durumuna karşı herhangi bir güvenlik tedbirinin olmadığı her iki gözlemci tarafından not edilmiştir. Afrodisias ören yerinde gerçekleştirilen gözlemlerde ise, müzenin eski kafeteryası ile yeni kafeteryası arasında bir adet yangın dolabı her iki gözlemci tarafından kaydedilmiştir.

15- *Ören yerinde üzerine basılan ve koruma altına alınmamış herhangi bir eser var mıdır?*

Hem Nysa hem de Afrodisias'ta, üzerine basılan ve koruma altına alınmamış herhangi bir esere rastlanmamıştır. Ancak Afrodisias müzesi bahçesinde yer alan lahit mezarların tam olarak koruma altına alınmadığı her iki gözlemci tarafından not edilmiştir.

16- *Ören yeri içerisinde girilmesi yasak olan yerlere yönelik herhangi bir uyarı levhası konulmuş mudur? Var ise bu uyarılar, hangi dillerde yazılmıştır?*

Nysa ören yeri koruma alanı içerisinde toplam 3 farklı noktada tel örgülere asılı bulunan üzerinde Türkçe, Almanca ve İngilizce dillerinde “Dikkat! Kazı sahasına girmek tehlikelidir” yazılı uyarı levhaları her iki gözlemci tarafından tespit edilmiştir. Diğer yandan orijinalleri Aydın Müzesi'nde olduğu bilinen amfi tiyatrodaki kabartmaların etrafının demir parmaklıklarla çevrili olduğu ancak herhangi bir uyarı levhasının bulunmadığı, 1 nolu gözlemci tarafından kaydedilmiştir. Afrodisias'ta, girilmesi yasak olduğu belirtilen alanların, kazı gerçekleştirilen alanlar olduğu her iki gözlemci tarafından tespit edilmiştir. Üzerinde Türkçe ve İngilizce “Çalışma sahasıdır, Lütfen girmeyiniz! Work Area, Please Do not Enter!” yazılı 4 adet uyarı levhası tespit eden 1 nolu gözlemci, Hadrian Hamamları'ndaki kazı alanına girilmesini engellemek amacıyla tel örgü kullanıldığını ancak bu alanda herhangi bir uyarı levhası olmadığını not etmiştir.

17- *Ören yerinde dokunulması yasak olan eserlere yönelik herhangi bir uyarı levhası konulmuş mudur? Var ise bu uyarılar, hangi dillerde yazılmıştır?*

Hem Nysa hem de Afrodisias'ta, üzerinde dokunulması yasak olduğu belirtilen herhangi bir esere rastlanmadığı her iki gözlemci tarafından tespit edilmiştir.

18- *Ören yeri içerisinde girilmesi yasak olan yerlere giren herhangi bir ziyaretçi var mıdır? Var ise bu ziyaretçilere gerekli müdahalede bulunulmuş mudur?*

Nysa ören yerinde gerçekleştirilen gözlemlerde, girilmesi yasak olan yerlere girmeye teşebbüs eden herhangi bir ziyaretçi gözlemlenmemiştir. 1 nolu gözlemci, amfi tiyatro ziyareti esnasında 8 ziyaretçinin tiyatrodaki olduğunu ancak tiyatro sahnesinde yer alan demir parmaklıkların ardına girmeye teşebbüs eden herhangi bir ziyaretçi olmadığını not etmiştir. Benzer şekilde Afrodisias ören yerinde gerçekleştirilen gözlemlerde, girilmesi yasak olduğu belirtilen yerlere girmeye teşebbüs eden herhangi bir ziyaretçi olmadığı her iki gözlemci tarafından kaydedilmiştir. 1 nolu gözlemci, söz konusu gözlemleri esnasında, ören yerinde 4 kişilik ve 7 kişilik 2 ayrı turist grubunun ören yeri ziyareti gerçekleştirdiğini ancak bu turist gruplarından yasak olduğu belirtilen alanlara yönelen herhangi bir ziyaretçi olmadığını tespit etmiştir.

19- *Ören yerinde dokunulması yasak olan eserlere dokunan herhangi bir ziyaretçi var mıdır? Var ise bu ziyaretçilere, gerekli müdahalede bulunulmuş mudur?*

Hem Nysa hem de Afrodisias'ta, üzerinde dokunulması yasak olduğu belirtilen herhangi bir esere rastlanmadığı her iki gözlemci tarafından not edilmiştir.

20- *Ören yeri ziyareti esnasında sigara içmeye yönelen herhangi bir ziyaretçi var mıdır? Var ise bu ziyaretçiye herhangi bir müdahalede bulunulmuş mudur?*

Her iki gözlemci, Nysa ören yerinde gerçekleştirilen gözlemler esnasında sigara içmeye teşebbüs eden herhangi bir ziyaretçi ile karşılaşmamasına rağmen ören yerinin farklı noktalarda sigara izmaritlerine rastlamışlardır. Benzer şekilde Afrodisias'ta, sigara içmeye yönelen herhangi bir ziyaretçi gözlemlenmezken 1 nolu gözlemci, Meclis binasının üst basamaklarından birinde 1 adet sigara izmariti tespit etmiştir.

Ana Çalışma Bulguları

1- *“Ören yeri koruma alanı muhafaza altına alınmış mudur?”*

Yapılan gözlemler neticesinde, tamamı tel örgü ile koruma altına alındığı tek ören yerinin Didyma Apollon Tapınağı olduğu her iki gözlemci tarafından kaydedilmiştir. Ancak tel örgüler

arasında bulunan boşluklar nedeniyle tapınağın bitişiğindeki bulunan konaklama işletmesi gibi tel örgü olmayan yerlerden içeriye insanların rahatlıkla girebilecekleri, söz gelimi tel örgüler arasında boşluk bulunan bir duvarın üstünde bir kız çocuğu ile bir erkek ziyaretçinin oturmakta olduğu 1 nolu gözlemci tarafından not edilmiştir. Magnesia’da ise, Hypokaustlu Yapı’nın bir çatı ve tel örgü ile muhafaza altına alındığı, kazı çalışmaları devam eden Devlet Agorası, Kütüphane ve Latrina bölümlerinin etrafının tel örgüyle çevrelendiği ancak Lethaios Gymnasion’u ile Stadium’daki podyum kabartmalarının bulunduğu kısmın haricinde ve Tiyatro’da, herhangi bir koruma sisteminin olmadığı 1 nolu gözlemci tarafından kaydedilmiştir. Diğer yandan Alinda’da, etrafı tel örgü ile çevrili bulunan tek yapının güvenlik personeline tahsis edilen ofis olduğu; Alabanda’da, Tiyatro, Apollon İsotimos Tapınağı ve Agora gibi kazı çalışması devam ettiği anlaşılan bölümlerde bir tel örgünün bulunması dışında muhafaza altına alınan herhangi bir bölgenin olmadığı her iki gözlemci tarafından not edilmiştir. Benzer şekilde Miletos’ta, tel örgü ile çevrili bulunan tek bölgenin İlyas Bey Külliyesi olduğu 1 nolu gözlemci tarafından kaydedilirken Priene’de Mısır Tanrıları Alanı isimli bölgede bulunan uçurumun bulunduğu mevkide tahribata uğramış bir tel örgü 2 nolu gözlemci tarafından tespit edilmiştir.

2- Ören yeri iç bölgesi (hinterlandı) içerisinde imar faaliyetleri yerleşim katmanlarını tehdit etmekte midir?

2 ören yerinde (Alinda, Alabanda), yerleşim alanının yakınında modern yerleşime rastlanmıştır. Alinda’da, akropol alanının alt kısmında Karpuzlu Mahallesi’ndeki evlerin Agora yapısına yakın mesafede olduğu; Alabanda’da ise tiyatronun sol tarafında yer alan eski evlerin tiyatro ile bitişik nizamda yer aldığı ve yaşayanların küçükbaş, büyükbaş hayvanları bahçesinde beslediği 1 nolu gözlemci tarafından not edilmiştir. Bunun yanı sıra Didyma’da, ören yerini çevreleyen yolun üzerinde yerleşim yerlerinin olduğu belirlenirken Miletos tarafından gelen ve tapınağa çıkan Kutsal Yol üzerinde modern yerleşim tespit edilmiştir. Magnesia’da ise ören yerini tehdit edebilecek herhangi bir yapılaşma not edilmezken tel örgüyle çevrelenen alan ile Lethaios Gymnasium’u arasında aktif olarak kullanılan bir demir yolu (İzmir_Aydın Söke) tespit edilmiştir. Diğer yandan

2 ören yerinde (Miletos, Priene) ise ören yeri iç bölgesinde yerleşim katmanlarını tehdit edebilecek herhangi bir yapılaşmaya rastlanmamıştır.

3- Ören yerinde, güvenlik, bekçi veya koruma görevlisi var mıdır? Var ise sayısı kaçtır?

Alinda’da, 17.14’te, bir temizlik görevlisi ile üniformasız bir güvenlik görevlisi; Alabanda’da, üzerinde üniforma giyen bir güvenlik görevlisi ile yetkililere tahsis edilen bahçede duran ve boynunda yaka kartı bulunduran bir bekçi her iki gözlemci tarafından not edilmiştir. Miletos’ta yapılan gözlemlerde, DÖSİMM yaka kartı taşıyan 3 adet personelin ören yeri girişinde olduğu, bunların dışında herhangi bir bekçi ya da güvenlik görevlisi olmadığı her iki gözlemci tarafından kaydedilmiştir. Nitekim 1 nolu gözlemci, ören yerinden çıktıkları esnada müzeden çıkarak ören yerini kontrol etmeye yönelen 1 adet güvenlik görevlisi tespit etmiştir. Priene’de yapılan gözlemlerde, ören yeri girişinde yalnızca 1 adet güvenlik görevlisi olduğu her iki gözlemci tarafından not edilmiştir. Didyma’da ise, gişe ofisinde 2 adet ve müze kafeteryasında 3 adet DÖSİMM yaka kartlı personel gözlemlenirken saat 17.47’de, ören yerinden çıkış yapıldığı esnada hiçbir yerde güvenlik görevlisi olmadığı, vardiyaya yeni başlayacak olan ören yeri bekçinin kapıya yönelerek “neden bana haber vermeden mesaisini bitirip gitti bu güvenlik” şeklinde tepki gösterdiği 1 nolu gözlemci tarafından kaydedilmiştir. Gözlemciler ören yerini terk ettiklerinde, güvenlik görevlisinin içeride kalan ziyaretçileri tek tek uyararak dışarı çıkardığı; saat 18.13’te, bekçinin ören yeri kapısını zincirle kilitlemesinin ardından hala içeride 2 ziyaretçinin bulunduğu, bekçinin düdüğüyle birlikte bu ziyaretçilerin de ören yerini terk ettiği; sonrasında ise bekçinin giriş kapısını içeriden kilitleyerek merdivenlerin bitiminde bulunan güvenlik kulübesine yöneldiği 1 nolu gözlemci tarafından tespit edilmiştir. Diğer yandan Magnesia’da yapılan gözlemlerde, iki şahsın ören yeri girişinde bulunmasına rağmen herhangi bir üniforma giymemeleri nedeniyle güvenlik görevlisi olup olmadıkları tam olarak anlaşılamamıştır.

4- Ören yerinde güvenlik görevlisi var ise olası bir saldırıya ya da kaçak kazıya müdahale ederken kendilerini koruyabilecekleri herhangi bir savunma malzemesi (cop, silah vb.) bulundurmakta mıdır?

6 ören yerinin 4’ünde (Magnesia, Alinda, Miletos, Priene) gözlemlenen bekçi/ güvenlik görevlilerinin

üzerinde, olası bir saldırı ya da kaçak kazıya müdahale ederken kendilerini koruyabilecekleri herhangi bir savunma malzemesi olmadığı her iki gözlemci tarafından not edilmiştir. Ancak Alabanda'da yapılan gözlemlerde, güvenlik görevlisinin üzerinde herhangi bir savunma malzemesi tespit edilmezken yetkililere ait ofisin bulunduğu bahçedeki bekçinin üzerinde bir adet silah her iki gözlemci tarafından kaydedilmiştir. Diğer yandan Didyma'da görevli bekçinin giydiği kıyafetin kalın olması nedeniyle herhangi bir savunma malzemesi bulundurup bulundurmadığı gözlemlenmemiştir.

5- Ören yerinde, güvenlik personeline tahsis edilen herhangi bir ofis var mıdır?

Didyma'da, ören yeri girişinde merdivenlerin bitiminde sol alt bölmede güvenlik görevlilerine tahsis edilen prefabrik bir ofis; Magnesia'da, ziyaretçilerin kullanımına açık tuvalet bölümü bulunan bir yapı; Alabanda'da içerisinde güvenlik görevlilerinin bulunduğu bir bahçenin içerisinde bina ile kazı yapan görevlilere ait olduğu anlaşılan birkaç yapı tespit edilmiştir. Diğer yandan Miletos'ta, gişe, müze satış mağazası ile kullanım dışı ve kapalı olan bir ofisin var olduğu, Priene'de ise otopark ve tuvaletlerin bulunduğu alanda bir adet gişe ofisinin olduğu ancak bu ofislerin güvenlik görevlilerine tahsis edilip edilmediği tam olarak anlaşılmamıştır.

6- Ören yerinde çalışan güvenlik personeline yönelik mesai saatleri dışında herhangi bir vardiya sistemi uygulanmakta mıdır?

Akşam saatlerinde gerçekleştirilen gözlemlerde 5 ören yerlerinde (Magnesia, 20.50; Alinda, 19.00; Alabanda, 19.31; Miletos, 18.54; Priene, 19.39) herhangi bir güvenlik görevlisi/ bekçinin olmadığı ancak Didyma'da bir adet güvenlik görevlisinin akşam vardiyasında çalıştığı her iki gözlemci tarafından not edilmiştir. Diğer yandan Miletos ören yerinde saat 18.59'da motosikletli bir şahsın İlyas Bey Külliyesi'nden çıkarak gişe ofisinin yanına motorunu park ettiği, karanlıkta elinde bir torba ile tiyatro yapısının arkasına gittiği ancak döndüğünde elinde herhangi bir torbanın olmadığı, söz konusu şahsın daha sonra Kervansaray'a yöneldiği, 25 dakika kadar beklenmesine rağmen dışarı çıkmadığı 1 nolu gözlemci tarafından not edilmiştir.

7- Ören yerinde, çevre izleme ve takip sistemi (kamera, drone vb.) kullanılmakta mıdır?

6 ören yerinin 3'ünde (Magnesia, Alinda, Alabanda) herhangi bir çevre izleme ve takip sistemi tespit edilmemiştir. Miletos'ta, 2 adet gişe kulübesinde ve müze binasında; Didyma'da, giriş kapısında 2 adet; Priene'de gişe binasında 2 adet kameranın olduğu ancak bunların dışında ören yeri içerisinde herhangi bir çevre izleme ve takip sisteminin olmadığı her iki gözlemci tarafından kaydedilmiştir. Diğer yandan Magnesia'da herhangi bir çevre izleme ve takip sisteminin varlığı gözlemlenmemesine rağmen Devlet Agorası'nın etrafını çevreleyen tel örgüye asılı halde bulunan ve üzerinde "Ören yeri güvenlik kameraları ile izlenmektedir" yazısı 1 nolu gözlemci tarafından not edilmiştir.

8- Ören yerindeki eserlerin korunmasına yönelik herhangi bir alarm sistemi var mıdır?

6 ören yerinin 3'ünde (Magnesia, Alinda, Alabanda), ören yeri içerisinde bulunan eserlerin korunmasına yönelik herhangi bir alarm sisteminin olmadığı her iki gözlemci tarafından kaydedilmiştir. Diğer yandan 2 ören yerinde (Didyma, Priene) yalnızca ören yeri girişinde bulunan gişe/güvenlik ofisi olarak kullanılan yapılarda bir alarm düzeneğine rastlanırken 1 ören yerine (Miletos), gişe/güvenlik ofisinin yanı sıra müze binasının kapısında bir alarm sisteminin var olduğu her iki gözlemci tarafından not edilmiştir.

9- Ören yerinde kazı faaliyetlerinin sürdürülmesi ve güvenliğin sağlanması amacıyla elektrik verilmekte midir?

1 ören yerinde (Alinda) kazı faaliyetlerinin sürdürülmesi ve güvenliğin sağlanması amacıyla herhangi bir elektrik teçhizatına rastlanmazken 3 ören yerinin (Magnesia, Miletos, Didyma) muhtelif yerlerinde elektrik kablolarının olduğu her iki gözlemci tarafından not edilmiştir. Bunun yanı sıra Miletos İlyas Bey Külliyesi ile Didyma Apollon Tapınağı giriş merdiveninin son basamaklarında bir elektrik panosu tespit edilmiştir. Alabanda'da, ören yerine elektrik verilip verilmediği 1 nolu gözlemci tarafından gözlemlenemezken güvenlik görevlilerinin yer aldığı binanın bahçesinde elektrik kablolarının olduğu 2 nolu gözlemci tarafından gözlemlenebilmiştir. Priene'de ise hem ören yeri içerisinde hem de otopark alanında elektrik kablolarının olduğu 1 nolu gözlemci tarafından not edilirken 2 nolu gözlemci, ören yeri girişinde yer alan elektrik direklerinin varlığına dikkat çekmiştir.

10- *Ören yerinde aydınlatma sistemi var mıdır? Varsa ne düzeydedir?*

6 ören yerinin 2'sinde (Alinda, Alabanda), herhangi bir aydınlatma sisteminin olmadığı tespit edilmiştir. Magnesia'da, gündüz vaktinde yapılan gözlemlerde, ören yeri girişinde yer alan ofisin bulunduğu mevkide aydınlatma lambaları gözlemlenirken akşam 20.50'de gerçekleştirilen gözlemlerde, ören yerindeki aydınlatma lambalarının yanmadığı; Miletos'ta gündüz vakti yapılan gözlemlerde ören yeri girişi ile müze arasında elektrik direklerine bağlı sokak lambalarının olduğu ancak akşam saatlerinde yaklaşık 30 dakikalık gözlem boyunca herhangi bir aydınlatmanın aktif olmadığı her iki gözlemci tarafından tespit edilmiştir. Priene'de tiyatro yapısının girişine bir aydınlatma lambasının olduğu, lambanın elektrik direğine ek kablo ile bağlandığı ancak akşam 19.39'da yapılan gözlemlerde, giriş kapısının kapalı olması nedeniyle tiyatro önünde yer alan aydınlatmanın aktif olup olmadığı 1 nolu gözlemci tarafından tespit edilememiştir. Güllübahçe Mahallesi'nden otoparka uzanan yol üzerinde elektrik direklerine bağlı bulunan lambaların aktif olduğu, Priene otoparkının ortasında yer alan lambanın gözlemcilerin yaklaşmasıyla birlikte aktif hale geldiği kaydedilmiştir. Diğer yandan Didyma'da, Apollon Tapınağı'nın her bir yanını çevreleyen 10 adet spot ışığı ile ören yerini çevreleyen yolun üzerinde sokak lambalarının olduğu ve akşam saatlerinde gerçekleştirilen gözlemlerde bütün aydınlatma ışıkların aktif olduğu her iki gözlemci tarafından not edilmiştir.

11- *Ören yerinde olası elektrik kesintisinde kullanılacak herhangi bir teçhizat (jeneratör gibi) var mıdır?*

4 ören yerinde (Magnesia, Alinda, Alabanda, Priene), olası bir elektrik kesintisinde devreye girebilecek herhangi bir teçhizat (jeneratör gibi) tespit edilmezken 2 ören yerinde (Miletos, Didyma), gişe ofisinin olduğu istikamette birer adet jeneratörün var olduğu her iki gözlemci tarafından tespit edilmiştir.

12- *Ören yerini ziyaret edenlerin paket ve çantaları, herhangi bir kontrolden (x-ray cihazı, el dedektörü, x-ray metal kapı dedektörleri gibi) geçmekte midir?*

6 ören yerlerinin tamamında, ziyaretçilerin paket ve çantalarının ören yeri girişinde herhangi bir kontrolden (x-ray cihazı, el dedektörü, x-ray metal

kapı dedektörleri gibi) geçirilmediği her iki gözlemci tarafından kaydedilmiştir.

13- *Ören yerinde sabotaj, yangın, hırsızlık vb. durumlara yönelik herhangi bir önlem alınmış mıdır?*

6 ören yerlerinin tamamında olası bir sabotaj, yangın veya hırsızlık karşısında alınan herhangi bir önlemin alınmadığı her iki gözlemci tarafından not edilmiştir.

14- *Ören yerinde üzerine basılan ve koruma altına alınmamış herhangi bir eser var mıdır?*

Gözlem yapılan ören yerlerinin tamamında (Magnesia, Alinda, Alabanda, Miletos, Didyma, Priene) üzerine basılan ve koruma altına alınmayan eserler tespit edilmiştir. Magnesia Ören Yeri'nde, Artemis Sunak Alanı zemininde bulunan yazı ve şekillerin etrafının koruma altına alınmadığı; Priene ören yeri içerisinde bulunan Athena Tapınağı ile Meclis Binası etrafında yer alan eski dönemlere ait olduğu bilinen mermerleri korumaya yönelik herhangi bir önlemin alınmadığı Didyma'da, örne yerinin bütününde kabartma ve yazıtların var olduğu ancak bu eserlerin üzerine rahatlıkla basılabilecek bir durumda olduğu her iki gözlemci tarafından not edilmiştir. Bunun yanı sıra, Magnesia ören yerinde Çarşı Bazilikası olarak bilinen yerde, parçalara ayrılmış halde bulunan bir amfora; Alinda ören yerinde Su Kemerleri, Gözetleme Kulesi, Antik Tiyatro, Agora güzergâhında, kapağı açık ve içi boş durumda olan 10'dan fazla Karia Tipi Lahit Mezar; Alabanda Ören Yeri'ndeki Zeus Khyrsaoreus Tapınağı'nda kuzeyde ve güneyde yer alan 2 tane sütunun taban bölümlerinde "ΔΙ" şeklinde bir yazının koruma altına alınmadığı 1 nolu gözlemci tarafından kaydedilmiştir.

15- *Ören yeri içerisinde girilmesi yasak olan yerlere yönelik herhangi bir uyarı levhası konulmuş mudur? Var ise bu uyarılar, hangi dillerde yazılmıştır?*

2 ören yerinde (Alinda, Miletos) girilmesi yasak olduğu belirtilen herhangi bir uyarı levhasına rastlanmamıştır. Ancak Magnesia'da, Devlet Agorası ile Kütüphane'ye ait koruma tel örgülerinin üzerinde 1 adet, Artemis Sunak Alanı içerisinde su birikintisi olan iki çukur alanın başında 1 adet olmak üzere İngilizce ve Türkçe dillerinde "Dikkat, Girmek Tehlikeli ve Yasaktır" yazılı toplamda 2 adet uyarı levhası, 1 nolu gözlemci tarafından not edilmiştir. Alabanda'da, Agora bölümünde Türkçe dilinde; Priene'de Mısır

Tanrıları Alanı'nda hem Türkçe hem İngilizce dilinde yazılan "Dikkat Kazı Alanı Girilmez" şeklinde uyarı levhaları kaydedilmiştir. Didyma'da ise Kehanet Odası'nın demir bariyerle korunduğu, Tapınak girişinde yer alan Medusa kabartmalı sütun başlığının yanı sıra bazı sütun başlıklarının önüne demir zincir konulduğu ancak bunun dışında girilmesi yasak olduğu belirtilen herhangi bir uyarı levhasına yer verilmediği 1 nolu gözlemci tarafından not edilmiştir.

16- *Ören yerinde dokunulması yasak olan eserlere yönelik herhangi bir uyarı levhası konulmuş mudur? Var ise bu uyarılar, hangi dillerde yazılmıştır?*

5 ören yerinde (Magnesia, Alinda, Alabanda, Miletos, Priene) yapılan gözlemlerde dokunulması yasak olduğu belirtilen herhangi bir esere rastlanmazken Didyma'da yapılan gözlemlerde Apollon Tapınağı'nın arka cephesinde Türkçe, İngilizce ve Almanca dillerinde "Duvara yazı yazmak yasaktır, Please do not write on the walls, bitte nicht auf die wände schreiben" yazılı bir uyarı levhasının olduğu her iki gözlemci tarafından kaydedilmiştir. Bunun yanı sıra, Priene'de yapılan gözlemlerde Athena Tapınağı içerisinde 2 adet; Didyma Apollon Tapınağı'nın arka kısmında 1 adet üzerinde hem Türkçe hem de İngilizce dilince "Dikkat, Attention" yazılı uyarı levhalarının olduğu 1 nolu gözlemci tarafından tespit edilmiştir.

17- *Ören yeri içerisinde girilmesi yasak olan yerlere giren herhangi bir ziyaretçi var mıdır? Var ise bu ziyaretçilere gerekli müdahalede bulunulmuş mudur?*

Gözlemler esnasında farklı turistler tarafından ziyaret edilen 3 ören yerinden (Didyma, Miletos, Priene) 1'inde (Priene), gözlemlenen 15 ziyaretçiden girilmesi yasak olan yerlere girmeye teşebbüs eden herhangi bir ziyaretçi gözlemlenmezken Didyma'da, 13 ziyaretçiden 2'sinin Adyton bölümünü çevreleyen duvarların üstüne çıktıkları ve bu duruma herhangi bir müdahalede bulunulmadığı, bekçinin bizzat gözlemciler tarafından uyarılması sonucunda bu ziyaretçilerin duvardan indirildiği her iki gözlemci tarafından kaydedilmiştir. Bunun yanı sıra, 1 nolu gözlemci Miletos'ta, Delphinion ve Liman Anıtı arasında otlamakta olan koyunlara herhangi bir müdahalede bulunulmadığına dikkat çekerek Kervansaray ve Külliye arasında bulunan arazide zeytin toplamakta olan 2 şahıs tespit etmiştir. Benzer şekilde Alinda'da, Su Kemerleri ile

Gözetleme Kulesi arasında 3 yaşlı kadının, zeytin ağaçlarından zeytin topladıkları 1 nolu gözlemci tarafından kaydedilirken 3 ören yerinde (Magnesia, Alinda, Alabanda) herhangi bir ziyaretçinin olmaması nedeniyle bu değişken gözlemlenememiştir.

18- *Ören yerinde dokunulması yasak olan eserlere dokunan herhangi bir ziyaretçi var mıdır? Var ise bu ziyaretçilere, gerekli müdahalede bulunulmuş mudur?*

3 ören yerinde (Miletos, Priene, Alinda), dokunulması yasak olduğu belirtilen herhangi bir esere rastlanmaması; Magnesia ve Alabanda'da ise herhangi bir ziyaretçinin ören yerinde olmaması nedeniyle bu değişken gözlemlenememiştir. Ancak Magnesia'da, hem ören yeri içerisinde hem de Devlet Agorası'nı çevreleyen tel örgünün üzerinde; Didyma'da ören yeri girişinde "esere tırmanmanın, eseri karalayıp çizmenin, ören yerine çöp atmanın ve ören yerinde sigara içmenin yasak olduğu" 4 adet fotoğraf ile belirtilen bir uyarı levhası; Alabanda'da ise ören yeri girişine dönülen yol üzerinde 2863 sayılı Kanun'un 65. Maddesi'nin yazılı olduğu bir uyarı levhası 1 nolu gözlemci tarafından not edilmiştir.

19- *Ören yeri ziyareti esnasında sigara içmeye yönelen herhangi bir ziyaretçi var mıdır? Var ise bu ziyaretçiye herhangi bir müdahalede bulunulmuş mudur?*

6 ören yerinin 3'ünde (Didyma, Miletos, Priene), hem İngilizce hem de Türkçe dilinde yazılan "Sigara İçilmez/ No Smoking" şeklinde uyarı levhalarının bulunduğu kaydedilirken Didyma'da ören yeri girişinde merdivenlerin bitiminde yere sabitlenmiş şekilde 1 adet; Priene'de, giriş kapısında 2 adet ve tiyatro yapısının üstünde 1 adet olmak üzere toplam 3 adet; Miletos'ta, Tiyatronun üstündeki ile giriş kapısındaki levha olmak üzere toplam 2 adet uyarı levhası 1 nolu gözlemci tarafından not edilmiştir. 3 ören yerinde (Magnesia, Alabanda, Alinda), herhangi bir ziyaretçi olmaması nedeniyle bu değişken gözlemlenemezken 2 ören yerinde (Miletos, Priene), sigara içmeye teşebbüs eden herhangi bir ziyaretçinin olmadığı görülmüştür. Ancak Didyma'da, Kehanet Odası'ndan Adyton'a inen merdivenlerin en üst basamağında 3 ziyaretçinin oturduğu ve bu ziyaretçilerden birinin sigarasını içmeyi henüz bitirip izmaritini alt taraftaki basamaklara fırlattığı ve bu duruma herhangi bir müdahalede bulunulmadığı 1 nolu gözlemci

tarafından not edilmiştir. Bunun yanı sıra 1 nolu gözlemci, Alinda’da, Su Kemerleri ile Gözetleme Kulesi arasında 3 farklı noktada ateş yakıldığını; Priene’de ve Didyma’da muhtelif yerlerinde sigara izmaritlerinin olduğunu tespit etmiştir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Aydın ili sınırları içerisinde yer alan ören yerlerinin güvenlik düzeylerini ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada, öncelikle Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı Teftiş Kurulu Başkanlığı’nın 2863 Sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu mevzuatı (Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu, 1983), Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü’nün (Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2019a) ve Türkiye Cumhuriyeti İçişleri Bakanlığı Emniyet Genel Müdürlüğü Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı’nın 2013 ve 2018 yıllarında hazırlanan raporları (Emniyet Genel Müdürlüğü Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı, 2014, 2019) incelenerek bir gözlem formu oluşturulmuştur. Sonrasında oluşturulan gözlem formundaki ifadelerle ilgili uzman görüşüne başvurulmuştur. Daha sonra ise, Aydın ili sınırları içerisinde yer alan 8 ören yeri, bu gözlem formu çerçevesinde incelenmiştir.

Ören yeri koruma alanının “muhafaza altına alınmasına” yönelik oluşturulan birinci alt araştırma sorununa ilişkin gerçekleştirilen gözlemlerde, 8 ören yerinden 2’sinin tamamen tel örgülerle koruma altına alındığı, 6 ören yerinin ise kısmen tel örgüyle çevrildiği ya da herhangi bir koruma önleminin alınmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan gözlemlerde tel örgülerle çevrilmeyen 2 ören yerinde küçükbaş hayvanların otlatıldığına rastlanmıştır. Öztürk’e (2016: 101) göre, ören yerlerinin tel örgü ile çevrelenmesi için öncelikle kamulaştırılması gerekir, kamulaştırma olmadan tel örgü ile muhafaza altına almak zor bir süreçtir ve bu durum da alanı korumasız bir hale getirmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada, ören yerlerinin birçoğunun etrafının tel örgüyle çevrili olmamasını Öztürk’ün (2016) ifade ettiği kamulaştırma meselesine bağlamak mümkündür. Ören yerlerinin korunma alanının muhafaza altına alınması için ilk önce mülk sahibinden satın alınarak kamulaştırılması gerektiği ve bunun için de devlet tarafından Kültür ve Turizm Bakanlığı’na

tahsis edilen ödeneğin miktarının çok önemli olduğunu söylemek mümkündür.

Ören yeri iç bölgesinde yerleşim katmanlarını tehdit eden herhangi bir imar faaliyetinin olup olmadığını belirlemeye yönelik oluşturulan ikinci alt araştırma sorusuna ilişkin genel bir değerlendirme yapıldığında; 8 ören yerinden 4’ünde, yerleşim katmanına zarar verebilecek herhangi bir imar faaliyetine rastlanmazken 4 ören yerinin içerisinde ve etrafında yerleşim yerleri (ev vb. yapılar) olduğu tespit edilmiştir. Arslan’a (1991) göre çoğu şehir merkezi, eski dokuların üzerinde yer almakta ve antik kentlerin üzerinde oteller, konutlar ve sanayi tesisleri bulunmaktadır. Sınırları içerisinde özel mülklerin yer aldığı bir ören yerinde (Alabanda), hayvancılık faaliyetlerinin yürütüldüğüne bakılacak olursa tarihi yapıların korunmasının risk altında olduğu söylenebilir. Söz gelimi Ertaş (1991), insanların ören yerindeki toprağı ekip biçtiğini, taşları söküp kullandığını, sikke vb. eserleri bulup sattıklarını, hayvanları ören yerinde otlattıklarını belirterek insanların ören yerlerini doğanın bir parçası olarak gördüğünü ve faydalanmak istediğini vurgulamıştır. 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu’nun 15. maddesinin a bendinde korunması gerekli taşınmaz kültür varlıklarının ve korunma alanlarının Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanacak programlara göre kamulaştırılabileceği ve bunun için Bakanlığa yeterince ödenek verileceği belirtilmektedir. Yine 15. maddenin f bendinde korunması gerekli taşınmaz kültür varlıklarının yer aldığı parsellerin arazi sahibinin başvurusu dahilinde kendisine takas edilebileceği bir başka bir kamu parseli verilebileceği belirtilmiştir (Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu, 1983). Neticede, ören yerlerinin kamulaştırılmasının veya arazilerin takas edilmesinin henüz çoğu ören yerinde gerçekleşemediğini belirtmek mümkündür. Aliefendioğlu ve Tanrıvermiş (2011), Türkiye’de arkeolojik ve doğal sit alanları için yapılan kamulaştırma ve takas faaliyetlerinin ödenek yetersizliğinden dolayı yavaş ilerlediğine işaret etmiştir.

Ören yeri korunmasına yönelik oluşturulan 3. alt araştırma sorusuna yönelik bir değerlendirme yapıldığında; 8 ören yerinin 8’inde de güvenlik personelinin bulunduğu bu 8 ören yerinin 2’sinde

sadece müze binasında güvenlik personelinin bulunduğu ve 2 ören yerinde örenyeri korunmasından sorumlu olduğu kişinin üniforması olmamasından ötürü güvenlik görevlisi ya da bekçi olup olmadığının anlaşılamadığı tespit edilmiştir. Ören yerlerinde görevli bulunan güvenlik görevlilerinin sayıca az olması bu çalışmanın öne çıkan bulguları arasında yer almaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı Anıtlar ve Müzeler Kurulu (2003) raporuna göre, Bakanlığa bağlı müze ve ören yerlerinde bekçi ve güvenlik sayısının yetersizliğine vurgu yapılarak bu eksikliğe bağlı olarak arkeolojik alanlardaki tahribat ve kaçakçılık faaliyetlerinin günden güne arttığı vurgulanmıştır. Benzer şekilde Akkuş (2009: 112), müze ve ören yerlerinde görevli mevcut güvenlik personelleriyle tarihi eser kaçakçılığını ve tahribatını önlemenin mümkün olmadığını öne sürmüştür. Ayrıca ören yerleri içerisinde önemli olan bir başka husus kamera sistemidir. Yapılan bu çalışmada 8 ören yerinin 1'inde hem giriş hem de ören yeri iç kısımlarında yeterli düzeyde kamera olduğu, 4'ünde iç kısımlarda kamera olmayıp sadece girişte ve gişede kamera yer aldığı; 3 ören yerinde ise hiçbir kamera vb. çevre izleme ve takip sisteminin olmadığı tespit edilmiştir. Akkuş'un (2009: 115), Emniyet Genel Müdürlüğü yetkilisi ile yaptığı görüşmede, müze ve ören yerlerinde yeterince koruma görevlisi ve kamera kontrol sisteminin olmamasının tarihi eser kaçakçılığının çoğalmasının nedenleri arasında gösterilmiştir. Dolayısıyla yapılan bu çalışmada, kamera gibi çevre izleme ve takip sistemi henüz bulunmayan ören yerlerinin kaçakçılık ve tahribat faaliyetlerine açık olduğu öne çıkan sonuçlar arasındadır.

Ören yerleri güvenliğiyle ilgili önemli unsurlardan bir diğeri ise mesai saatleri dışında herhangi bir görevlinin olup olmadığı konusudur. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen gözlemlerde 8 ören yerinin 1'inde akşam vardiyasına bir adet bekçinin kaldığı, 6'sında güvenlik personelinin akşam vardiyasına kalmasına yönelik herhangi bir uygulamanın olmadığı tespit edilirken 1 ören yerinde ise mesai saatleri sonrası gözlem yapmak mümkün olmamıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı'nın yayınladığı Müzecilik Kılavuzu'nda müze ve ören yerlerinin nöbet sistemi ile ilgili bilgi verilirken müze ve ören yerlerinin güvenlik sorumluluklarının müze müdürlüklerinde olduğu, müze müdürü bilgisi olmadan müze ve ören yerlerine mesai saatleri

dışında kimsenin alınmayacağından, müze ve ören yerlerindeki vardiya güvenlik personellerinin nöbetlerle ilgili her işlemi nöbet defterine not düşmesi gerektiği belirtilmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2001). Tüm bu açıklamalara bakıldığında vardiya dışında personel bulundurulabileceğini söylemek mümkündür. Akkuş ve Efe'ye (2016) göre adli olayların yıllar geçtikçe azalmasında; müzelerde güvenlik personelinin sayısının çoğaltılması, güvenlik sistemlerinin kurulması, yeniden düzenlenmesi etkili olmuştur. Dolayısıyla güvenlikten sorumlu personel sayısının artırılmasıyla birlikte ören yerlerinde kaçakçılık ve tahribat faaliyetlerinin azalabileceğini söylemek mümkündür.

Ören yerlerinin korunması ve güvenlik düzeyleriyle ilgili bir başka önemli boyut, ören yerlerini ziyaret eden kişilerin herhangi bir kontrolden geçip geçmediği hususudur. Bu konu, çalışmanın beşinci alt araştırma sorusunu oluşturmaktadır. Yapılan çalışmada 8 ören yerinin tamamında "x-ray cihazı" veya "el dedektörü" yardımıyla herhangi bir güvenlik kontrolünün gerçekleştirilmediği gözlemlenmiştir. Kapı ve el dedektörleri genellikle çok sayıda insanın giriş yaptığı binaların girişinde kullanılan sistemlerdir. Kapı dedektörleri hem zamandan hem de personel maliyetinden tasarruf sağlarken el dedektörleri, ziyaretçilerin üzerinde bölgesel arama gerçekleştirilmesini sağlayarak kapı dedektörlerinin ulaşamadığı yerlere ulaşabilmektedir (Akınlar, 2012: 53-54). Dolayısıyla ören yerlerinde, kapı ve el dedektörlerinden yararlanmak, ören yeri güvenliğinin sağlanmasında büyük önem arz etmektedir.

"Olası bir elektrik kesintisi, hırsızlık, sabotaj ve yangın" gibi olağanüstü durumlar karşısında alınan herhangi bir önlemin olup olmadığı hususu, araştırmanın diğeri bir alt araştırma sorusudur. 8 ören yerinin 1'imde yangın dolabı olduğu, 7'sinde ise herhangi bir yangın önleme unsurunun olmadığı; yalnızca 1 ören yerinde hırsızlığı engellemek amacıyla ören yerinin çevresinin kameralarla kuşatıldığı ancak 7 ören yerinde hırsızlığa yönelik herhangi bir önlem alınmadığı; olası bir elektrik kesintisine yönelik 8 ören yerinin yalnızca 3'ünde, jeneratör sisteminin olduğu tespit edilmiştir. Alarm sistemleri, ören yerlerinin güvenliğinin sağlanmasında başvurulan önemli

yöntemler arasında gelmektedir. Bu çalışma neticesinde, 8 ören yerinin 5'inde, yalnızca gişe/güvenlik ofisinin bulunduğu bölgede alarm düzeneğinin olduğu ancak 3 ören yerinde herhangi bir alarm düzeneğinin olmadığı tespit edilmiştir. Diğer yandan, 8 ören yerinin iç bölgesinin tamamını kapsayacak herhangi bir alarm düzeneğine rastlanmamıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı'nın yayınladığı Müzecilik Kılavuzu'nda müze ve ören yerlerinde alınacak diğer güvenlik önlemleri bölümünde sabotaj ve yangına karşı diğer kurumlarla iş birliği yapılacağı, alarm ve diğer elektronik koruma sistemlerinin faaliyetini müdür yardımcısının kontrol etmesi gerektiği vurgulanmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2001). Fakat kılavuzda ören yerine özgü tüm bu olası durumlar karşısında yapılacaklarla ilgili herhangi bir özel koruma sisteminden bahsedilmemiştir. Akkuş ve Efe (2016) tarafından Anadolu Medeniyetleri Müzesi yetkilileri üzerine yapılan çalışmada, olası bir hırsızlık, saldırı, yangın ve sel durumunda personelin yapması gerekenlere yönelik bir yönerge hazırlanmasının faydalı olacağı sonucuna ulaşılmıştır. Sonuç olarak ören yerlerinin olası acil durumlar karşısında yapmaları gereken eylemlerin henüz kurumlar tarafından belirlenmediği, ilgili kılavuzda ören yerlerine özgü konuya dair detaylı bilgilerin yer almadığı ve bunlardan dolayı ören yerlerinde hırsızlık, sabotaj, yangın ve elektrik kesintisi gibi konularda henüz daha eksiklikler olduğunu söylemek mümkündür. Berkok (1991), Türkiye'deki eski eser kaçakçılığının ortaya çıkmasının önemli sorunlardan bazılarını; teknik donanım eksikliği, müzelerin satın alma gücünün düşük olması ve kurumlar arası iş birliği yetersizliği şeklinde sıralamaktadır. Akkuş ve Efe (2016) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, teknik desteğin artırılması durumunda hırsızlık faaliyetlerinin azaltılabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla ören yeri yetkililerince, olağanüstü durumlara yönelik gerekli ekipmanları temin etmeleri büyük önem arz etmektedir.

“Ören yerinde uyarı levhaları/ tabelalarının bulundurulup bulundurulmadığı” konusu araştırmanın 7. alt araştırma sorusunu oluşturmaktadır. 8 ören yerinin 6'sında, girilmesi yasak olan yerlere yönelik uyarı levhasına yer verilirken 2 ören yerinde herhangi bir uyarı levhasının olmadığı tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra, 8 ören yerinin 4'ünde, sigara içmenin yasak

olduğunu belirten uyarı levhası/tabelası bulunurken 4 ören yerinde ise herhangi bir uyarı levhası/tabelasına rastlanmamıştır. Ancak bu uyarı levhalarının ören yerinin tamamına yayılmadığını yalnızca sınırlı sayıda ve bölgede yer aldığını söylemek mümkündür. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı Teftiş Kurulu Başkanlığı'nın yayınladığı Müze ve Ören Yerleri Giriş, Bilgilendirme, Yönlendirme ve Uyarı Tabelalarına İlişkin Yönerge 'ye göre, müze ve ören yerlerine konulan uyarı tabelaları, “*Alanda ziyaretçilere yönelik olarak olası tehlikelere dikkat çekmek amacıyla belirlenen yasak ve kısıtlamaları belirten grafik ve yazı içerikli tabelalar*” şeklinde tanımlanmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı, 2014). Yönergeye göre ören yeri içerisinde en az 2 adet “Sigara İçilmez” uyarı levhası konulması zorunluluktur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014). Fakat yönerge içerisinde diğer uyarılarla ilgili herhangi bir zorunluluk belirtilmemiştir. 1 ören yerinde, sigara içen bir ziyaretçiye herhangi bir müdahalenin olmadığı tespit edilirken 6 ören yerinin muhtelif yerlerine sigara izmaritleri gözlemlenmiştir. Sonuç olarak, ören yerlerinde bulunan ve bulunması gereken uyarı levhaları/tabelalarının mevzuata rağmen yeterli şekilde koyulmadığı, bu nedenle de sistemde aksamaların olduğunu söylemek mümkündür. Ören yerlerinin güvenlik düzeylerini belirlemeye yönelik gerçekleştirilen bu araştırma neticesinde elde edilen bulgulardan hareketle:

- Kültür ve Turizm Bakanlığınca kullanılan Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu'nda ören yerlerinin korunmasına yönelik bölümlerin artırılması yararlı olacağı,
- Kültür ve Turizm Bakanlığınca kullanılan Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu'nun 64. maddesindeki ikramiyelerin artırılması, eser kaçakçılığının engellenmesine katkı sağlayabileceği,
- Kültür ve Turizm Bakanlığınca kullanılan Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu'nun 65. maddesindeki yaptırımların artırılmasıyla birlikte kaçakçılığın azaltılabileceği,
- Müzecilik Kılavuzu'nun yanı sıra yalnızca ören yerlerinin güvenliğini temel alan bir kılavuzun çıkarılmasının, tarihi eserlerin korunmasına yardımcı olabileceği,

- Müzecilik Kılavuzunun içerisine güvenlik görevlisi, bekçi ve koruma hususunda daha kapsamlı açıklamaların koyulmasının yararlı olacağı,
- Müzecilik Kılavuzu içerisine güvenlik görevlilerinin olası bir durumda kendilerini koruyabilecekleri savunma mekanizmalarıyla (silah, cop vb.) ilgili yer verilmesinin tarihi eserlerin korunmasına katkıda bulunabileceği,
- Ören yerlerinin korunmasına yönelik verilen ödeneğin artırılması ile birlikte tarihi eser kaçakçılığının ve tarihi eser tahribatının yavaşlatılabileceği,
- Ören yerlerinde 7/24 görev yapacak güvenlik görevlilerinin sayılarının artırılmasının kaçak kazılara olan yönelimi azaltılabileceği,
- Ören yerlerinde istihdam edilecek güvenlik görevlilerine, tarihi eser ve kültürel miras konusunda bir eğitim verilmesinin, bu görevlilerin tarihi eser bilincine sahip olmalarına katkı sağlayabileceği,
- Kapı tipi metal dedektörler ile el dedektörlerinin ören yerlerinde kullanılması, tehlikeli araç gereçlerin ören yerleri içerisine alınmasını engelleyebileceği,
- Ören yerindeki eserlere verilecek zararların kanuni yaptırımı olduğunu belirten uyarı levhalarının, ören yerlerinin geneline yayılması, kuralların dışına çıkma eğilimini azaltılabileceği,
- Kameraların, yalnızca ören yerlerinin girişinde değil, ören yerlerinin iç bölgelerine de koyulmasının ve ören yerlerinin “drone” sistemi ile izlenmesinin hırsızlık, kaçakçılık ve tahribatı azaltılabileceği,
- Alarm sistemlerinin, yangın müdahale sistemlerinin, aydınlatma sistemlerinin ve jeneratörlerin ören yerinin tamamını kapsayacak şekilde genişletilmesi, acil durumlarda yaşanabilecek muhtemel sorunları azaltılabileceği,
- Kamulaştırılmamış olan ören yerlerinin bulunduğu arazilerde, hayvan otlatılmasının yasaklanmasıyla birlikte bu hayvanların, tarihi eserlere verecekleri olası tahribatı azaltılabileceği,
- Kültürel mirasın korunması ile tarihi eser kaçakçılığına yönelik eğitim faaliyetleri (seminer, kurs vb.) düzenlenerek halkın bu konuda bilinçlenmesinin sağlanabileceği,
- Ülkemizdeki “izinli definecilik” faaliyetlerinin de tamamen yasaklanmasıyla birlikte yapılacak kazı çalışmaları neticesinde ortaya çıkabilecek olası tahribatın önlenilebileceği,
- Kültür ve Turizm Bakanlığı’na ören yerlerinin kamulaştırılması için ayrılan ödeneğin (Basın İlan Kurumu 2019 verilerine göre 2020 yılı için Kültür ve Turizm Bakanlığına ayrılan toplam ödenek 3.512.175.000 Türk Lirası’dır) yükseltilmesiyle birlikte ören yerlerinin tamamının koruma altına alınmasının mümkün olabileceği düşünülmektedir.

Her araştırmada olduğu gibi bu araştırmanın da birtakım sınırlılıklarından söz etmek mümkündür. 2019 yılı Aralık ayında, öncelikle Çin’in Wuhan şehrinde ortaya çıkan COVID-19 salgını, kısa sürede dünya geneline yayılmıştır. Buna bağlı olarak, dünya genelinde olduğu gibi Türkiye’de de turistik hareketlerde bir azalma meydana gelmiştir. Dolayısıyla araştırmanın gerçekleştirildiği dönemin (Ocak-Şubat 2020), bu salgının yayılım gösterdiği döneme rastlaması nedeniyle ören yerlerinde, çok az sayıda ziyaretçi gözlemlenebilmiştir. Araştırmanın Aydın ili sınırları içerisinde yer alan 8 ören yerinde gerçekleştirilmiş olması, çalışmanın bir diğer kısıtını oluşturmaktadır. Gelecekte, farklı illerde yer alan ören yerlerinde gerçekleştirilecek gözlemlerle birlikte, daha kapsamlı sonuçlar ortaya koyulabilir. Ören yerlerinde gerçekleştirilen gözlemlerin sınırlı bir zamanda (yaklaşık 1,5-2,5 saat) gerçekleştirilmiş olması çalışmanın bir diğer kısıtını oluşturmaktadır. Söz konusu ören yerlerinin her birinde, daha geniş bir zaman diliminde yapılacak gözlemlerle farklı sonuçlar ortaya koymak mümkün olabilir. Son olarak çalışmada, veri toplama yöntemi olarak katılımsız gözlemden yararlanılmıştır. Bu çalışmada öne çıkan bulgulardan hareketle ileride gerçekleştirilecek nicel desenli çalışmalarla daha bütüncül sonuçlar ortaya koyulabilir.

KAYNAKÇA

Akat, A. (1990). Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurultayı, Ankara: Kültür Bakanlığı Kültür ve Tabiat Varlıkları Koruma Genel Müdürlüğü Yayınları.

- Akınlar, C. (2012). Bina Giriş Kontrol Sistemleri (ss. 45-54), *Güvenlik Sistemleri*; (Ed: Oysal, Y.), Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Akkuş, Z. (2009). *Türkiye’de Eski Eser Kaçakçılığı ve Önlenmesinde Ortaya Çıkan Sorunlar*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Ankara.
- Akkuş, Z. ve Efe, T. (2016). Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı’na Bağlı Müzelerin Güvenliği ve Polisin Rolünün Değerlendirilmesi, *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1). 204-226
- Akturan, U., Ataçkarapınar, M., Ünverdi, K.B., Yıldız, D. ve Mizan, E. (2013). Gözlem (ss. 99-102), *Nitel Araştırma Yöntemleri: Nvivo ile Nitel Veri Analizi, Örneklem, Analiz, Yorum* (Edt: Baş, T. ve Akturan, U.). Seçkin Yayıncılık: Ankara.
- Aladağ, H. (2010). *Kültür Varlıklarının Korunmasında Koruma Yönetimi Süreci*. Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü: İstanbul
- Aliefendioğlu, Y. ve Tanrıvermiş, H. (2011). Türkiye’de Çevre Koruma Alanlarında Arazi Kullanımı Ve Koruma Kararlarının Arazi Piyasalarına Etkileri: Gökova Özel Çevre Koruma Bölgesi Örneği, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 46 (1), 64-102.
- Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı* (6. Baskı). Sakarya Yayıncılık: Sakarya
- Arslan, G. (1991). Arkeolojik Sit Alanlarının Belgeleme (Tespit-Tescil) Sorunları, *Arkeolojik Sit Alanlarının Korunması ve Değerlendirilmesi I. Ulusal Sempozyumu*, Antalya.
- Atılgan, C. (2016). Ulusal ve Uluslararası Düzenlemeler Işığında Türkiye’de Taşınmaz Kültür Varlıklarının Korunması Üzerine Bir Değerlendirme. *Art-Sanat Dergisi*, 0 (6), 249-261
- Basın İlan Kurumu. (2019). Hangi bakanlık ve kuruma ne kadar ödenek ayrıldı? <https://www.bik.gov.tr/hangi-bakanlik-ve-kuruma-ne-kadar-odene-ayrildi-tam-liste-2/>, (Erişim Tarihi: 17.01.2020).
- Berkok, N. (1991), “Eski Eser Kaçakçılığı”, *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 364: 325-339.
- Emniyet Genel Müdürlüğü Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı (2014). Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele 2013 Raporu. KOM Yayınları: Ankara. <https://www.egm.gov.tr/kurumlar/egm.gov.tr/IcSite/kom/YAYINLARIMIZ/T%C3%9CRK%C3%87E/2013%20RAPORU%20T%C3%9CRK%C3%87E.pdf>, (Erişim Tarihi: 29.11.2019).
- Emniyet Genel Müdürlüğü Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı (2019). Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele 2018 Raporu. KOM Yayınları: Ankara. <https://www.egm.gov.tr/kurumlar/egm.gov.tr/IcSite/kom/YAYINLARIMIZ/T%C3%9CRK%C3%87E/2018-RAPORU-TURKCE.pdf>, (Erişim Tarihi: 29.11.2019).
- Ertaş, G. (1991). Yeni Gelişme Alanlarında (Turizm, Sanayi, Tarım vb.) Yer Alan Ören Yerlerinin ve Arkeolojik Değerlerin Sorunları, *Arkeolojik Sit Alanlarının Korunması ve Değerlendirilmesi I. Ulusal Sempozyumu*, Antalya.
- İhlas Haber Ajansı (2017). “Ayдын’da hırsızlar 2 bin 350 yıllık tarihi çaldılar”. <https://www.milliyet.com.tr/gundem/aydin-da-hirsizlar-2-bin-350-yillik-tarihi-caldilar-2383861> (Erişim Tarihi: 17.01.2020).
- Karaduman, H. (2007), *Türkiye’de Eski Eser Kaçakçılığı*, Mert Basın Yayın: Ankara.
- Karasar, N. (2009). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (20. Baskı). Nobel Yayın Dağıtım: Ankara.
- Kozak, M. (2014). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu. (1983). *Resmi Gazete* (Sayı: 2863) 6498 sayılı Kanun ile değişik hali. <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2863-20131008.pdf>, (Erişim Tarihi: 30.11.2019).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı Anıtlar ve Müzeler Kurulu. (2003). *Yitik Mirasın Dönüş Öyküsü*. Yapı Kredi Kültür ve Sanat Yayınları, Ankara
- Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı. (1990). *Müzeler İç Hizmetleri Yönetmeliği*. <https://teftis.ktb.gov.tr/TR-14442/muzeler-ic-hizmetler-yonetmeliği.html> (Erişim Tarihi: 30.11.2019).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı. (2001). *Müzecilik Kılavuzu*.

<https://teftis.ktb.gov.tr/TR-13998/muzecilik-klavuzu.html>, (Erişim Tarihi: 30.11.2019).

Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı. (2014). *Müze ve Ören Yerleri Giriş, Bilgilendirme, Yönlendirme ve Uyarı Tabelalarına İlişkin Yönerge*. <https://teftis.ktb.gov.tr/TR-107173/muze-ve-oren-yerleri-giris-bilgilendirme-yonlendirme-ve-.html>, (Erişim Tarihi: 15.01.2019).

Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü (2019a). 2018 *Turizm İstatistikleri Genel Değerlendirme Raporu*, <https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/63643,turizmistatistiklerigeneldegerlendirme2018pdf.pdf?0>, (Erişim Tarihi: 29.11.2019).

Kültür ve Turizm Bakanlığı Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğü, (2019b). *Müze Ve Ören Yeri 2018 Yılı Toplam İstatistikleri Raporu*, <http://www.dosim.gov.tr/assets/documents/2018.pdf>, (Erişim Tarihi: 30.11.2019).

Nesli, A. (2018). Eski Eserlerin Korunmasının Hukuk Tarihi Yönüyle İncelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 20 (1), 431-478.

Özel, S. (2005). 5226 Sayılı “Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu İle Çeşitli Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun” Üzerine Bir Değerlendirme. *İstanbul*

Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, 63(1-2), 113-138.

Özmen, S. (2018). Müze Eğitiminin Gelişimi. *HUMANITAS- Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (11), 301-324.

Öztürk, H.H. (2016) *Arkeolojik Alanların Korunmasında Planlama Ve Yönetim: Ören Yerlerinin Çevre Düzenlemesi*, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Çevre Bilimleri Anabilim Dalı: Ankara.

Papaioannou, K. (2017). The International Law on The Protection of Cultural Heritage. *IJASOS-International E-Journal of Advances in Social Sciences*, 3 (7), 257-262.

Sabah Gazetesi (2019). “Aydın'da 2 bin 500 yıllık tarihi eser bulundu”. <https://www.sabah.com.tr/galeri/yasam/aydinda-2-bin-500-yillik-tarihi-eser-bulundu>, (Erişim Tarihi: 17.01.2020).

Töngür, A. R. (2018). Birleşmiş Milletler Konvansiyonları Işığında Kültür Varlıklarının Yasadışı Ticaretinin ve Nakillerinin Önlenmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (2) 91-110.

Uralman, N.H. (2006). 21. Yüzyıla Girenken Bir Bilgi Kurumu Olarak Müze. *Bilgi Dünyası*, 7(2), 250-26.