



Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi

*Journal of Eurasia Tourism Research*

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/atadergi>

Cilt Volume 2 ☺ Sayı Issue 1 ☺ e-ISSN: 2757-8429

<https://dergipark.org.tr/en/pub/atadergi>



## Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi

*Journal of Eurasia Tourism Research*

e-ISSN 2757-8429

Yıl Year 2021  
Cilt Volume 2  
Sayı Issue 1

## İletişim *Contact*

Editör	<i>Editor</i>	editor.atad@gmail.com
Yazar Destek	<i>Author Support</i>	atadergi@gmail.com
İnternet Adresi	<i>Web Address</i>	<a href="https://dergipark.org.tr/tr/pub/atadergi">https://dergipark.org.tr/tr/pub/atadergi</a> <a href="https://dergipark.org.tr/en/pub/atadergi">https://dergipark.org.tr/en/pub/atadergi</a>
Yazışma Adresi	<i>Contact Address</i>	Giresun Üniversitesi Turizm Fakültesi Bozkurt Mah. No:1 Keşap/Giresun TURKEY

[Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi](#) yayıncı [Bayram KANCA](#) tarafından

[CC BY-NC-SA 4.0](#)  ile lisanslanmıştır.

[Journal of Eurasia Tourism Research](#) by [Bayram KANCA](#) is licensed

under [CC BY-NC-SA 4.0](#) .

**Üyeler** *Members*

Yayıncı *Publisher*

Bayram KANCA, *Giresun University, Giresun, TURKEY*

Baş Editör *Editor-in-Chief*

Kamil UNUR, *Mersin University, Mersin, TURKEY*

Yardımcı Editör *Assistant Editor*

Çağdaş ERTAŞ, *Şırnak University, Şırnak, TURKEY*

Editör Kurulu *Editorial Board*

Kamil UNUR, *Mersin University, Mersin, TURKEY*

Dilek ATÇI, *Mersin University, Mersin, TURKEY*

Yılmaz AKGÜNDÜZ, *Dokuz Eylül University, İzmir, TURKEY*

Ali Zafer DALAR, *Giresun University, Giresun, TURKEY*

Bayram KANCA, *Giresun University, Giresun, TURKEY*

Çağdaş ERTAŞ, *Şırnak University, Şırnak, TURKEY*

Sibel OĞUZ, *Adana Alparslan Türkeş Science and Technology University, Adana, TURKEY*

Danışma Kurulu *Advisory Board*

A. Celil ÇAKICI, *Mersin University, Mersin, TURKEY*

Doğan GÜRSOY, *Washington State University, Pullman, USA*

Erdinç KARADENİZ, *Mersin University, Mersin, TURKEY*

İzzet KILINÇ, *Düzce University, Düzce, TURKEY*

Murat HANCER, *University of Central Florida Üniversitesi, Orlando, USA*

Orhan İÇÖZ, *Yaşar University, İzmir, TURKEY*

Serhat HARMAN, *Mardin Artuklu University, Mardin, TURKEY*

Zafer ÖTER, *İzmir Kâtip Çelebi University, İzmir, TURKEY*

Lütfi ATAY, *Çanakkale Onsekiz Mart University, Çanakkale, TURKEY*

Dil Editörleri *Language Editors*

İlker İŞLER (Turkish), *Şırnak University, Şırnak, TURKEY*

Mustafa AKGÜL (English), *Şırnak University, Şırnak, TURKEY*

Mizanpaj Editörü *Layout Editor*

Ali Zafer DALAR, *Giresun University, Giresun, TURKEY*

Grafik ve Kapak Tasarım *Graphic and Cover Design*

Fatih Mehmet GÖK, *Giresun University, Giresun, TURKEY*

İletişim ve Sekreteryaya *Communication and Secretariat*

Ferhat ŞEKER, *Mersin University, Mersin, TURKEY*

**Hakem Kurulu Referee Board**

Aydın YILMAZER, *Sakarya University of Applied Sciences, Sakarya, TURKEY*

Gülser YAVUZ, *Mersin University, Mersin, TURKEY*

Mehmet ŞİMŞEK, *Giresun University, Giresun, TURKEY*

Hakan AKYURT, *Giresun University, Giresun, TURKEY*

Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK, *Mardin Artuklu University, Mardin, TURKEY*

Volkan GENÇ, *Batman University, Batman, TURKEY*

Okan ÇOLAK, *Harran University, Şanlıurfa, TURKEY*

Gönül GÖKER, *Çankırı Karatekin University, Çankırı, TURKEY*

Erol GEÇGİN, *Kafkas University, Kars, TURKEY*

Burhan KILIÇ, *Muğla Sıtkı Koçman University, Muğla, TURKEY*

Koray GENÇ, *Bolu Abant İzzet Baysal University, Bolu, TURKEY*

Emrullah TÖREN, *Kırklareli University, Kırklareli, TURKEY*

**İçindekiler Contents**

Üyeler, <i>Members</i>	ii
Hakem Kurulu, <i>Referee Board</i>	iii
İçindekiler, <i>Contents</i>	iv
Sunuş, <i>Presentation</i>	v
<i>Araştırma Makaleleri Research Article</i>	
Hasibe YAZIT, Derya DEMİRDELEN ALRAWADIEH	1-9
Doktora Düzeyinde Turizm Öğrencilerinin Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma <i>Delving into the Challenges Encountered by Tourism Ph.D. Students</i>	
Gamze ERYILMAZ, Nadire ÖKSÜZ	10-22
Deneyim Kalitesinin Demografik Özelliklere Göre Değerlendirilmesi: Müze Ziyaretçileri Üzerine Bir Araştırma <i>Evaluation of Experience Quality According to Demographic Characteristics: A Research on Museum Visitors</i>	
Halil İbrahim KARAKAN	23-32
Hobilerin Rekreasyon Etkinliği Olarak Değerlendirilmesi <i>Doing Hobbies as Recreational Activities</i>	
Ezgi KARAKAŞ, Lütfi ATAY	33-41
COVID-19 Sürecinde Geliştirilen Akıllı Destinasyon Uygulamaları: Malaga Örneği <i>Smart Destination Implementations Developed During COVID-19: Malaga Case</i>	

## Sunuş Presentation

Sayın Paydaşlarımız,

Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi (ATA Dergisi); turizm disiplindeki veya çalışma konusu ve/veya uygulaması “turizm” olan disiplinlerarası çalışmalara yer vererek, turizm disiplininin gelişmesine katkıda bulunmak amacıyla, 2020 yılında kurulmuştur. Turizm İşletmeciliği, Turizm Rehberliği, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Rekreasyon Yönetimi ve Kültür alanındaki çalışmalar başta olmak üzere, çalışma konusunun ve/veya uygulamasının “turizm” ile ilgili olması şartıyla, disiplinlerarası, kuramsal, ampirik ve/veya turizm sektöründen örnek olaylar türünde çalışmalar ATA Dergisi'nin kapsamını oluşturmaktadır. Bu kapsamda yola çıkan ATA Dergisi'nin ikinci cilt birinci sayısını yayınlamanın mutluluğu içerisindeyiz.

ATA Dergisi'nin bu sayısında üçü ampirik çalışma, biri örnek olay çalışması olmak üzere, dört yayın bulunmaktadır. Bu yayınlar hakkında kısa bilgi aşağıda sunulmaktadır.

Yazıt ve Demirdelen Alrawadieh, doktora düzeyindeki turizm öğrencilerinin karşılaştıkları sorunları tespit etmeyi amaçladıkları çalışmada, turizm alanında doktora yapan 18 katılımcıyla yarı yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. Araştırma sonucunda, öğrencilerin en çok müfredattan kaynaklı sorunlar yaşadığı, bunun yanında öğrenci kaynaklı ve akademik kaynaklı sorunların da yaşadığı tespit edilmiştir.

Eryılmaz ve Öksüz, deneyim kalitesini demografik özelliklere göre değerlendirmeyi amaçladıkları çalışmada, Hatay Arkeoloji Müzesi, Gaziantep Zeugma Müzesi veya Göbeklitepe Ören Yeri'ni ziyaret etmiş bireyleri örneklem kapsamına dâhil etmişlerdir. Araştırma sonucunda, eğitim durumunun, müze deneyim kalitesi boyutlarından kaçış duygusu ve eğlenceye göre farklılık gösteren önemli bir unsur olduğu tespit edilmiştir.

Karakan, hobilerin rekreasyon faaliyetleri içerisindeki önemini ortaya koymak ve insanları hobilere yönelik rekreasyon etkinliklerine iten güdüleri belirlemeyi amaçladığı çalışmada, Türkiye'nin farklı bölgelerinden 49 kişiyle görüşme yapmıştır. Araştırma sonucunda, hobi etkinliklerinin daha çok İzmir, İstanbul ve Antalya gibi turistik destinasyonlarda yaygın olarak yapıldığı, katılımcıların hobi odaklı rekreasyon etkinliklerine iten en önemli güdülerin ise eğlenme, spor yapma, iyi hissetme ve sağlıklı olma güdüleri olduğu tespit edilmiştir.

Bu sayının son çalışmasında Karakaş ve Atay, Covid-19 pandemisi sürecinde ve sonrasında, turizmin yeniden yapılanmasına yönelik geliştirilen akıllı destinasyon uygulamalarını incelemeyi amaçladıkları çalışmada, Malaga'yı örnek olarak ikincil veriler üzerinden ele almışlardır. Çalışma sonucunda, Malaga'daki akıllı destinasyon uygulamalarının, kentin turizmüne önemli katkılarda bulunduğu tespit edilmiştir.

ATA Dergisi çıktığı yolda siz değerli paydaşlarımızın katkılarını ve desteklerini beklemektedir.

Birlikte güzel yarınlara, yolunuz bilim olsun.

Dear Stakeholders,

*Journal of Eurasia Tourism Research (JETouR) was established in 2020 in order to contribute to the development of tourism discipline. JETouR covers interdisciplinary, theoretical, empirical and/or case studies in the tourism industry, especially in the fields of Tourism Management, Tourism Guidance, Gastronomy and Culinary Arts, Recreation Management and Culture. In this context, we are happy to publish the second issue of JETouR.*

*There are four publications in this issue of JETouR, three of which are empirical research articles and one is case study. Brief information about these publications is provided below.*

*In the study of Yazıt and Demirdelen Alrawadieh, in which they aimed to determine the problems faced by the tourism students at the doctoral level, semi-structured interviews were conducted with 18 participants who have a doctorate in the field of tourism. As a result of the research, it was determined that the students mostly experienced problems arising from the curriculum, as well as student-related and academic-related problems.*

*Eryılmaz and Öksüz aimed to evaluate the quality of experience according to demographic characteristics, and included individuals who had visited Hatay Archeology Museum, Gaziantep Zeugma Museum or Göbeklitepe Ruins in the scope of the study. As a result of the research, it was determined that educational status is an important factor that differs from the dimensions of museum experience quality according to the sense of escape and entertainment.*

*Karakan interviewed 49 people from different regions of Turkey in the study that aims to reveal the importance of hobbies in recreational activities and to determine the motives that push people to recreational activities for hobbies. As a result of the research, it has been determined that hobby activities are mostly held in touristic destinations such as İzmir, Istanbul and Antalya, and the most important motives that push the participants to hobby-oriented recreation activities are the motives of having fun, doing sports, feeling good, and being healthy.*

*In the last study of this issue, Karakaş and Atay aimed to examine the smart destination applications developed for tourism restructuring during and after the Covid-19 pandemic, and considered Malaga as an example. As a result of the study, it was determined that the smart destination applications in Malaga contributed significantly to the tourism of the city.*

*JETouR awaits the contributions and support of our esteemed stakeholders.*

*To beautiful tomorrows together, science be your way.*

ATA Dergisi Adına Baş Editör *Editor-in-Chief on Behalf of the JETouR*

Kamil UNUR

Dergi Anasayfası: [ATA Dergisi](#)

# Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi

## Journal of Eurasia Tourism Research

Journal Homepage: [JETouR](#)

### Doktora Düzeyinde Turizm Öğrencilerinin Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma

#### Delving into the Challenges Encountered by Tourism Ph.D. Students

Hasibe YAZIT<sup>1</sup>, Derya DEMİRDELEN ALRAWADIEH<sup>2,\*</sup><sup>1</sup>Asst. Prof., Department of Gastronomy and Culinary Arts, School of Tourism and Hotel Management, Sinop University, Sinop, Turkey<sup>2</sup>Asst. Prof., Travel, Tourism and Entertainment Services Department, Plato Vocational School, Istanbul Ayyansaray University, Istanbul, Turkey

## M A K A L E B İ L G İ S İ

## Ö Z

## Araştırma Makalesi

## Makale Süreci:

Gönderim : 10 Nisan 2021  
 Düzeltme : 25 Mayıs 2021  
 Kabul : 16 Haziran 2021  
 Yayınlanma : 10 Temmuz 2021

## Anahtar Kelimeler:

Doktora Eğitimi  
 Lisansüstü Turizm Öğrencileri  
 Lisansüstü Eğitimin Sorunları  
 Turizm Doktora Programı

Doktora eğitiminin kalitesi, öğrencilerin alanda iyi bir araştırmacı ya da sektörde nitelikli işgücü olarak yer almasını sağlaması açısından oldukça önemlidir. Bu araştırma, turizm işletmeciliği alanında doktora yapan öğrencilerin bu programlara yönelik algı ve düşüncelerinin ortaya konulması ve doktora sürecinde yaşadıkları sorunları belirleyebilmek amacıyla hazırlanmıştır. Bu amaçla veriler, Türkiye’de turizm alanında doktora düzeyinde eğitim alan 18 katılımcıyla yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi ile elde edilmiştir. Elde edilen veriler, içerik çözümlemesinin ardından üç kategori altında toplanmıştır. Bulgular, doktora öğrencilerinin en çok ders müfredatı kaynaklı sorunlar yaşadığını ortaya koyarken (örn. araştırma yöntemleri ve akademik yazım derslerinin yetersizliği), sonrasında öğrenci kaynaklı (örn. ekonomik kısıtlar nedeniyle doktora derslerine odaklanamama) ve akademi kaynaklı (örn. aşırı ödev yükü ve yayın baskısı) sorunlar yaşadığını ortaya koymaktadır. Mevcut çalışma, özellikle doktora eğitiminde öğrenciler açısından yaşanan sorunların ortaya çıkarılmasıyla alan yazına dönük teorik katkı sunmakta ve doktora eğitim sürecinde emek veren her birey veya kurum açısından uygulamaya yönelik öneriler geliştirmektedir.

[Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi](#) yayıncı [Bayram KANCA](#) tarafından [CC BY-NC-SA 4.0](#) ile lisanslanmıştır.

## A R T I C L E I N F O

## A B S T R A C T

## Research Article

## Article history:

Received : 10 April 2021  
 Revised : 25 May 2021  
 Accepted : 16 June 2021  
 Available : 10 July 2021

## Keywords:

Doctorate Education  
 Postgraduate Tourism Students  
 Barriers to Postgraduate Education  
 Tourism Doctorate Programs

Quality of doctoral education is crucial for students as they will be either academic researchers or workforce in the sector. This study aims to understand the perceptions of students enrolled into Ph.D. programs in the field of Tourism Management towards these programs and to identify the key challenges they experience in their academic career. For this purpose, qualitative data were collected using semi-structured interviews with 18 Ph.D. tourism students in Turkey. Content analysis revealed three key issues summarizing the key challenges faced by Ph.D. students. While the findings reveal that Ph.D. students mostly lament about Ph.D. curriculum (e.g. inadequacy of research methods and academic writing courses); they also reveal that student-related issues (e.g., lack of focus due to economic constraints) and academia-related issues (e.g. excessive homework load and publication pressure) were frequently mentioned. The present study provides a theoretical contribution to the field by revealing the challenges experienced by students, and also offers practical suggestions for different stakeholders in the higher education.

[Journal of Eurasia Tourism Research](#) by [Bayram KANCA](#) is licensed under [CC BY-NC-SA 4.0](#)

## 1. GİRİŞ

Doktora eğitimi, eğitim-öğretim hayatının son aşaması olmakla birlikte, akademik kariyer ya da özel sektörde üst düzey yönetici olmayı hedefleyen bireyler için önemli bir süreçtir (Hacıoğlu vd., 2008). Dünyadaki tüm ülkeler, gelişmişlik noktasında eğitime önem verilmesi ve bilimin ilerlemesi için iyi araştırmacıların yetişmesi gerektiği konusunda hem fikirdir. İyi araştırmacıların yetişip, bilimin ilerleyebilmesi ise lisansüstü eğitimin kalitesi ile doğru orantılıdır (Turan vd., 2018). Bu anlamda çalışma, turizm işletmeciliği alanında doktora yapan öğrencilerin bu

\*Sorumlu yazar / Corresponding author



0000-0003-1055-5192 (H. YAZIT), 0000-0002-7554-2256 (D. DEMİRDELEN ALRAWADIEH)



hyazit@sinop.edu.tr (H. YAZIT), deryademirdelen@ayvansaray.edu.tr (D. DEMİRDELEN ALRAWADIEH)



programlara yönelik algı ve düşüncelerini belirleyebilmeyi ve doktora eğitimi sürecinde yaşanan sorunları ortaya koyabilmeyi amaçlamaktadır.

Alan yazında farklı bilim dallarında doktora eğitim sürecine yönelik çalışmalar var olsa da (Bair & Haworth, 2004; Zhao vd., 2007; Holley & Caldwell, 2012; Qi & Li, 2020), bu çalışma turizm alanında doktora öğrencilerinin akademik gelişimindeki engellerin belirlenebilmesi ve doktora eğitiminde yaşanan sorunların ortaya konulabilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu süreçte sorunların saptanması ve çözüme kavuşturulması oldukça önemli görülmektedir. Çünkü Holley ve Caldwell (2012), doktora programlarına başlayan öğrencilerin yarısının derecelerini çeşitli sebeplerle tamamlamadığını belirtmektedir. Bu durum, toplumda eğitilmiş bireylerin artmasının önünde bir engeldir. Bu anlamda, doktora eğitim sürecinde etkinlik ve verimliliğin artırılmasının gerek akademik, gerekse sektörel çıktılarının göz önünde bulundurulması önemlidir.

Türkiye’de turizm alanında doktora düzeyindeki eğitime yönelik alan yazında sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Halihazır çalışmanın, doktora düzeyindeki öğrencilerin turizm eğitimine ve eğitim ile ilgili mevcut sorunlara yönelik algı ve düşüncelerinin ortaya konulmasıyla alan yazına teorik katkı sunması ve doktora eğitiminden tam fayda elde edilmesi amacıyla hem bireysel (doktora öğrencileri), hem de doktora eğitim sürecinde yer alan tüm paydaşlar açısından (örn. öğretim elemanları, üniversiteler, Yükseköğretim Kurumu) uygulamaya yönelik öneriler geliştirmesi beklenmektedir.

## **2. ALAN YAZIN TARAMASI**

Turizm sektöründe meydana gelen değişim ve gelişimler, pek çok ülkede ekonomik, fiziksel ve sosyal anlamda olumlu etkiler ortaya çıkarmıştır. Bu durum, sektöre verilen önemi de gündün güne arttırmıştır (Dale & Robinson, 2001). Sektörde yer alan işletmelerin başarılı olabilmesinde, en önemli unsurlardan biri insan kaynağıdır. İnsan kaynağının ne derece önemli olduğunun anlaşılmasıyla birlikte, nitelikli işgören temini noktasında çalışmalar başlamıştır. Bu noktada iş, büyük oranda eğitim kurumlarına düşmüştür.

Hem bireysel hem de toplumsal gelişim için eğitim son derece önemlidir (Yıldız, 2004). Eğitim sayesinde, toplumla birlikte bireylerin davranışlarında ve hayata bakış açılarında da bir takım değişiklikler söz konusu olabilmektedir (Turan vd., 2018). Dahası, bilgi toplumuna dönüşüp, her anlamda gelişimin sağlanabilmesi noktasında üniversitelerdeki eğitimin kalitesi çok daha önemli görülmektedir (Dilci, 2019). Özellikle eğitimin nicel ve nitel açıdan kalitesi, ülkelerdeki gelişmişlik düzeyini belirleyen önemli göstergelerden biridir (Şahin vd., 2011; Eskici & Aktaş, 2014). Turizm eğitimi de hem sektörel, hem de akademik anlamdaki gelişim açısından göz ardı edilmemesi gereken alanlardan biridir. Çünkü sektörde yetenekli temsilcilere ihtiyaç duyulduğu kadar kaliteli araştırmacılara da ihtiyaç duyulmaktadır (Khan vd., 2013).

Gerek dünyada, gerekse de Türkiye’de turizm eğitim programlarında eğitimin süresi ve içerikleri bakımından bazı farklılıkların olduğu görülmektedir. Örneğin turizm eğitiminde önlisans, lisans, yüksek lisans ve doktora programları bulunmaktadır (Demirkol & Pelit, 2002; Boylu & Arslan, 2014). Hangi grupta olursa olsun, turizm eğitiminin her aşamasında teorik bilgi ve uygulamalarla birlikte çeşitli yeteneklerin kazandırılması önemlidir. Turizm sektörünün sürekli dinamik olması, turizm eğitiminde de dinamikliğin göz önünde bulundurulmasını gerekli kılmaktadır (Hacıoğlu vd., 2008). Örneğin Lam ve Xiao (2000), turizm endüstrisinin hızla büyüdüğünü, ancak turizm eğitim kurumlarından mezun olanların, sektör ihtiyaç ve taleplerini gerek nitelik gerekse nicelik açısından karşılayamadığını belirtmiştir.

Özellikle lisansüstü düzeyde turizm eğitimi; kaliteli araştırmacı olmak, alanın gelişmesine katkı sağlamak ve sektöre kaliteli çalışanlar yetiştirmek gibi sebeplerle dikkatle üzerinde durulması gereken konulardan biridir. Ancak her alanda olduğu gibi turizm doktora eğitiminde de zorlu süreçler olabilmektedir (Shin vd., 2018). Bu durum, bazen danışman-öğrenci ilişkisinden (Holley & Caldwell, 2012; Kumar & Johnson, 2017), bazen de ders müfredatındaki eksikliklerden (Gilbert, 2004) kaynaklı olmakta ve doktora eğitim sürecindeki etkinliği azaltabilmektedir. Sonuç olarak bu ve bunun gibi zorlu süreçler doktora öğrencilerinin derecelerini almadan önce programdan ayrılmalarına neden olabilmektedir (Holley & Caldwell, 2012; Devos vd., 2017).

Doktora sürecinden tam fayda elde edebilmek için öncelikle, lisansüstü düzeyde hazırlanan ders müfredatlarının akademik ve/veya sektörel gelişim için uygunluğu denetlenmelidir. Kumar ve Antonenko (2014) yapmış oldukları çalışmada, doktora eğitiminde uygulama, teori ve yöntemin birleştirilerek sunulması gerektiğini belirtmişlerdir. Çünkü ders müfredatındaki eksiklikler, doktora eğitiminden tam fayda elde edilememesine neden olabilmektedir. Özellikle, derslerin araştırma yöntemleri ile zenginleştirilmesi beklenebilir (Coronel-Llamas & Boza, 2011). Çünkü öğrencilerin akademik araştırmalarda kullanılan istatistiki yöntemlere hâkim olmaları; istatistiki anlamda yeterli uygulama yapabileceklerine inanmalarına sebep olacak ve bu durum akademiye daha faydalı ve önemli çalışmalar yapılmasını sağlayacaktır (Ramirez vd., 2012; Schau vd., 2012).

Öğrencilerin istatistiki anlamda yeterli uygulama yapabilmesinde ve başarılı olabilmesinde dersi veren öğretim üyesinin bilgi, beceri ve donanımı da oldukça önemlidir. Yapılan araştırmalarda lisansüstü düzeyde turizm eğitimi

alan öğrencilerin sayısı her geçen gün artarken, akademik kadro sayılarında aynı oranlarda artışın olmadığı görülmektedir (Boylu & Arslan, 2014). Bu durum artan öğrenci sayısına akademik kadronun yetemeyeceği şekilde yorumlanabilmektedir. Dolayısıyla, doktora eğitiminde ders ve tez yazım sürecinde danışmanlık hizmeti son derece önemliken; aynı sayıda kalan akademik kadro artan öğrenci sayılarına yeterince danışmanlık yapamayacaktır. Bu durum ise doktora öğrencilerinin eğitimden yeterince fayda elde edememesiyle sonuçlanacaktır.

Alan yazında doktora öğrencilerinin yaşadıkları sorunlar ve zorluklar üzerine araştırmalar var olsa da, turizm alanında doktora eğitiminin sorunlarına yönelik az sayıda çalışma bulunmaktadır. Oysaki turizm alanında doktora eğitime yönelik algı ve düşüncelerin ortaya konulması, bu eğitimi alan öğrencilerin ne tür beklenti ve düşüncelere sahip olduklarının bilinmesi ve doktora sürecinde yaşanan sorunların belirlenmesi, eğitimin gelişmesini sağlayacak önemli konulardan biridir. Unutulmaması gerekir ki, öğrencilerin turizm alanında doktora düzeyinde aldıkları derslerden ve eğitimden memnun olmaları ve hem teorik hem de uygulama konusunda yeterli düzeyde bilgi birikimine sahip olmaları, onların geleceklerini belirleyecek temel faktörlerden biridir.

### 3. YÖNTEM

Bu araştırma, turizm işletmeciliği alanında doktora yapan öğrencilerin, bu programlara yönelik algı ve düşüncelerini ortaya koymak ve doktora sürecinde yaşadıkları sorunları belirleyebilmek amacıyla hazırlanmıştır. Bu amaçla veriler, Türkiye’de turizm alanında doktora düzeyinde eğitim alan 18 katılımcıyla yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılarak elde edilmiş ve içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiştir. Bu yöntem sayesinde katılımcılara yönelik derinlemesine bilgi elde edilmesi sağlanmıştır. Görüşme formu geniş bir alan yazın taraması sonucunda oluşturulmuştur (örn. Lam & Xiao, 2000; Gilbert, 2004; Özmen & Aydın Güç, 2013; İçigen vd., 2018; Yusuf vd., 2018; Qi & Li, 2020). Bu form, iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda, turizm alanında doktora düzeyinde eğitim alan öğrencilerin demografik özelliklerine ilişkin sorular yer alırken; ikinci kısımda öğrencilerin doktora eğitimi almadan önceki beklentileri, doktora sürecindeki algıları ve sorunlarına yönelik altı adet açık uçlu soru yer almaktadır.

Veri toplama sürecinde katılımcılar, Türkiye’deki farklı üniversitelerden seçilmiş olup, öncelikle kolayda örnekleme yöntemine başvurulmuştur. Ancak kolayda örnekleme yöntemiyle yeterli veri doygunluğuna ulaşılamadığından, veri toplama süreci kartopu örnekleme ile tamamlanmıştır. Bu kapsamda araştırmaya katılan kişiler aracılığıyla diğer katılımcılara ulaşılması sağlanmıştır. Araştırmada veri toplama süreci 2020 yılının ikinci yarısında başlamış olup, yaklaşık beş haftalık bir dönemi kapsamaktadır. Elde edilen kategori ve temalar ortaya konulurken hem tümdengelim, hem de tümevarım yöntemi tercih edilmiştir. Bu karma yaklaşım sonucunda, doktora öğrencilerinin karşılaştıkları sorunlar ve doktora eğitime yönelik algılar üç kategori altında toplanmıştır. Son olarak, bu araştırma kapsamında etik kurul onayı, Sinop Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulu Başkanlığı’ndan (24.07.2020 tarihli ve 92 sayılı karar) alınmıştır.

### 4. BULGULAR

Araştırmada, öncelikle katılımcılardan demografik bilgileri istenmiştir. Bu kapsamda, araştırmaya katılan doktora öğrencilerinin her biri genç bireylerden oluşmakta olup, büyük çoğunluğu bekârdır. Erkek katılımcılar ile kadın katılımcıların oranı aynıdır. Katılımcıların büyük çoğunluğu akademisyen olarak çalışıyor olsa da, bazıları henüz tam zamanlı olarak çalışmamakta ve ders saati ücretli olarak akademik hayatına devam etmektedir. Sadece bir katılımcı çalışma hayatında yer almamaktadır. Katılımcılar, veri çeşitliliğini sağlamak amacıyla birbirinden farklı üniversitelerde doktora yapan öğrencilerden seçilmiştir.

**Tablo 1.** Turizm Alanında Doktora Yapan Öğrencilerin Demografik Özellikleri

Yaş		Çalışma Durumu	
26 ve öncesi	6	Evet, akademisyen olarak	13
27-30	6	Evet, ama akademinin dışında	4
31 ve üstü	6	Hayır, çalışmıyor	1
Cinsiyet		Medeni Durum	
Erkek	9	Evli	6
Kadın	9	Bekâr	12

Araştırma kapsamında katılımcılara doktora eğitiminden beklentileri ve bu beklentilerin doktora esnasında karşılanıp karşılanmadığı yönünde sorular sorulmuştur. Bu kapsamda katılımcıların beklentileri; bilime ve sektöre faydalı olabilecek araştırmalar yapmak (örn. K1; K14; K16), nicel ve nitel araştırma yöntemlerine hâkim olmak (örn. K8; K9; K10; K18), akademiye ilerlemek (örn. K6; K7; K8) gibi konularla belirtilmiştir. Beklentilerin karşılanması konusunda, her ne kadar memnun olan katılımcılar olsa da, bu araştırmada doktora eğitiminde mevcut sorunların ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaçtan hareketle, mevcut sorunlar üç kategoride belirlenmiştir. Bu kategoriler

aşağıda detaylandırıldığı üzere (i) ders müfredatı kaynaklı sorunlar, (ii) öğrenci kaynaklı sorunlar ve (iii) akademi kaynaklı sorunlardır.

#### 4.1. Ders Müfredatı Kaynaklı Sorunlar

Katılımcılardan elde edilen bulguya göre, doktora öğrencileri en çok ders müfredatı konusunda görüş bildirmiş ve hemen hemen tüm katılımcılar, doktora düzeyindeki ders içeriklerinin yetersizliğini vurgulamıştır. Bu kapsamda en sık ifade edilen konular; araştırma yöntemleri ve akademik yazıma yönelik derslerin yetersiz oluşu; derslerin lisans, yüksek lisans ve doktora eğitiminde aynı isimle ve benzer şekilde veriliyor oluşu; seçmeli derslerin az oluşu ve dil ağırlıklı eğitimin olmaması olarak ortaya çıkmıştır.

Elde edilen bulgular neticesinde doktora öğrencileri tarafından en çok vurgulanan tema; araştırma yöntemleri ve akademik yazım derslerinin yetersiz olması olarak belirlenmiştir. Araştırmacılar öncelikle, doktora öğrencilerinin belirttiği bu sorunu daha detaylı ortaya koyabilmek amacıyla doktora düzeyinde ders veren tüm üniversitelerin müfredatlarını incelemiştir. Bulgulara göre, *Avrupa Birliği ve Turizm, Sürdürülebilir Turizm, Turizm İşletmelerinin Sosyal Sorumlulukları* gibi daha çok teorik ağırlıklı derslerin doktora müfredatlarında yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Sayıca daha az olsa da; *Turizm Araştırmalarında Nitel ve Nicel Analiz Teknikleri, Araştırma Tasarımı ve Raporlama, Çok Değişkenli Veri Analizleri, Yayın Etiği, İleri İstatistik* gibi derslerin de doktora müfredatlarında yer aldığı görülmektedir. Ancak bu sayının artırılması, doktora öğrencilerinin süreçten tam fayda elde edebilmesi açısından son derece önemlidir. Çünkü bilimsel gelişim açısından gerekli olan bu derslerin eksikliği, iyi yayın yapmanın önündeki en büyük engellerden biridir.

Karadağ (2010), doktora tezlerinde yer alan araştırma modellerine yönelik olarak hazırladığı çalışmasında, tezlerde yer alan araştırma modellerinin nitelik açısından uygun olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Dahası, doktora tezlerinde araştırma modellerine ilişkin hataların (örn. araştırmada yer alan modelin, araştırmacının amacına uygun olmaması) var olduğunu belirtmiştir. Bu durumun önüne geçilebilmek için, lisansüstü düzeyde araştırma yöntemleri dersleri artırılmalı ve sonuç olarak akademiye araştırmaya/uygulamaya hâkim mezunların yetiştirilmesi sağlanmalıdır. Bu kapsamda K15 görüşünü şu sözlerle belirtmiştir: “...Bazı dersler hocaların uzmanlık alanları düşünülerek ayarlanmış, doktora dersi olabilecek kadar önemli değil aslında. Bazı dersler de yüksek lisansla aynı. Doktorada akademik yazım ve araştırma yöntemlerinin ağırlıklı olmasını beklerdim”. Söz konusu eleştirilere çözüm olarak bu derslerin müfredata eklenmesi ve sayılarının artırılması öneri olarak sunulsa da, bu öneri yeterli değildir. Doktora öğrencilerinin bu derslerden tam fayda elde edebilmesi gereklidir. Bu kapsamda K12 görüşünü şu sözlerle belirtmiştir: “...Nicel ve nitel yöntemlerle yapılan bazı çalışmaları incelediğimde üst düzey analizler olduğunu görüyorum. Bunlarla ilgili bize bir eğitim verilmedi. Araştırma yöntemleri dersi aldım fakat çok teorik oldu...”. K10 ise iyi araştırmacı olma yolunda görüşünü şu sözlerle belirtmiştir: “...Doktora ders aşamasından sonra öğrencinin tek başına rahatlıkla çalışmalar yapabilmesi için gerekli eğitim verilmelidir. Araştırma yöntemlerindeki uygulama eksikliğimden dolayı şu anda iyi bir araştırmacı olamam”.

Araştırma yöntemlerinin yanı sıra, doktora programlarında akademik yazıma yönelik konuların da ağırlıklı olması gerekmektedir. Lavelle ve Bushrow'e göre (2007) akademik yazım, lisansüstü öğrenciler için karmaşık bir süreçtir. Çünkü akademik yazım tekniklerine hâkim olma; alana geniş bir bakış açısı ve bilgi-beceri gerektirir. Bu kapsamda, doktora öğrencilerinin akademik okuma, yazma ve akademiye ilerleyebilmeleri için doktora düzeyindeki derslerin yol gösterici olması beklenir. Bu anlamda gerek müfredatta yer alan derslerden gerekse de öğretim üyelerinin sunduğu bilgilerden tam verim elde edebilmek gerekmektedir. Bu kapsamda K11 görüşünü şu sözlerle belirtmiştir: “...Makale yazımı konusunda okulumuzda çok iyi hocalar var. Bu hocaların yiyecek içecek işletmeciliği, turizm ekonomisi gibi derslere girmesi yerine akademik yazım dersleri vermesi çok daha iyi olur diye düşünüyorum. Bu noktada üniversiteler dersleri güncelleyerek, doktora aşamasına gelen birinin asıl ihtiyacı ne diye belirleyip buna göre bir düzenleme yapmalı...”.

Doktora öğrencileri açısından bir diğer konu, derslerin lisans, yüksek lisans ve doktora eğitiminde aynı isimle ve benzer şekilde veriliyor olmasıyla ilgilidir. Özellikle ders içeriklerinin zenginleştirilmesi etkinlik ve verimlilik açısından önemli görülmektedir. Bu kapsamda K2 görüşünü şu sözlerle belirtmiştir: “...Lisansta insan kaynakları yönetimi, yüksek lisansta turizmde insan kaynakları yönetimi, doktorada turizmde stratejik insan kaynakları yönetimi... Hocalar aynı, konular aynı, hocaların derste verdiği örnek bile aynı. Dolayısıyla doktora sadece diploma almak ve statü arttırmak için yapılmış oluyor. Bilgi ve uygulama alanına maalesef hiçbir katkı sunamıyor. Ders müfredatları ayarlanırken buna dikkat edilmeli”.

Diğer konulara göre nispeten daha az vurgulanmış olsa da, yapılan görüşmelerde turizm alanında doktora eğitimi alan öğrenciler; seçmeli derslerin az olması ve dil ağırlıklı eğitimin olmamasından kaynaklı olumsuz görüş de bildirmişlerdir. Özellikle seçmeli ders havuzunun iyi bir araştırmacı olma yolunda gerekli ve önemli derslerden oluşması ve turizmin doğası gereği farklı disiplinlerdeki derslerle zenginleştirilmesi önemlidir. Yine, bazı derslerin yabancı dil ağırlıklı olması, öğrencilerin dile hâkimiyetlerini arttırmaktadır. Akademik anlamda özellikle iyi ve saygın dergilerde (SSCI gibi) yayın yapabilmek için İngilizce diline hâkim olmak gerekmektedir. Akademik yazım

çoğu doktora öğrencisi için zor olsa da, İngilizceyi ana dilinin dışında kullanan doktora öğrencileri için daha da zor olabilmektedir (Ma, 2019). Benzer olarak Langum ve Sullivan (2017) de, doktora öğrencilerinin anadilinin dışında olan İngilizce yayınlar için büyük bir zorluk yaşadığı sonucuna ulaşmıştır. Derslerin İngilizce olması yönünde görüş bildiren K3 sözlerini şu şekilde belirtmiştir: “*Doktorada dersler İngilizce anlatılmalı. Bizlerden uluslararası yayınlar yapmamız isteniyor, fakat İngilizceyi akademik anlamda iyi seviyede okuyup yazamadıktan sonra çalışma yapmamız pek kolay olmuyor*”.

#### 4.2. Öğrenci Kaynaklı Sorunlar

Katılımcılardan elde edilen bir diğer bulguya göre, öğrenci kaynaklı sorunların varlığı da doktora dönemindeki etkinliği ve verimliliği etkilemektedir. Öğrenciler, bu kapsamda en sık ekonomik yetersizliğe yönelik görüş bildirirken, akabinde fiziksel etkenler ve kişisel sorunlara yönelik olumsuz görüş bildirmişlerdir.

Elde edilen bulgular neticesinde öğrenci kaynaklı sorunlar açısından en çok vurgulanan tema; ekonomik yetersizliğin doktora eğitiminden elde edilen faydayı düşürmesi ile ilgilidir. Temel sorunlar, doktora öğrencilerinin işsizlikle mücadele etmesi, çalışıyor olsalar dahi tam zamanlı olmamaları, sektörde çalışanların ise (konaklama/seyahat işletmesi gibi) iş yüklerinin fazla olması nedeniyle doktora derslerine odaklanamaması gibi konular üzerinedir. Bu kapsamda K10 görüşünü şu sözlerle belirtmiştir: “*...Ekonomik kayguların oluşu doktora öğrencisini olumsuz etkileyen faktörlerden. Ben özel ders vermeye çalışarak en temel ihtiyaçlarımı karşılamaya çalışıyorum. Tabi bu yetmiyor. Aklınızda ekonomik bir sıkıntı varken, çok rahat ders çalışıp araştırma yapamıyorsunuz. Bu eğitim seviyesine gelene kadar işimi gücümü halletmiş olmalıydım, aileme hâlâ yük oluyorum düşüncesi oluyor bazen*”.

Öğrencilerin özellikle doktora eğitimi sırasında katıldıkları kongre faaliyetlerinin ödemelerinin yarattığı kaygı üzerine de azımsanmayacak oranda görüş bildirilmiştir. Bu kapsamda K11 görüşünü şu sözlerle belirtmiştir: “*Doktora yapan öğrencilerin sabit bir işi yoksa ekonomik anlamda zorluklar çıkarılmamalı. Kongreye katılma zorunluluğu gibi. Bir de bu tarz şeylere para vermek sabit bir işi olmayan öğrencileri sarsıyor*”. Ekonomik kısıtların yanı sıra fiziksel etkenler de doktora eğitimindeki en temel sorunlar arasında görülmektedir. Bu sorundan hareketle, K13 görüşünü şu şekilde sunmuştur: “*Ben doktora yaptığım okuldan çok uzakta bir üniversitede çalışıyorum. Derslere gelmem ve katılma zorunluluğu fiziksel olarak yorucu oluyor. Sürekli uçakla gelip gidiyorum, ayrıca bir gün mutlaka konaklama sorunum var. Tüm bunlar fiziksel sorunun yanında ekonomik soruna da sebep oluyor*”.

Öğrenci kaynaklı sorunlar kapsamında iyi bir araştırmacı olma ve doktora sürecinin etkinliği açısından kişisel sorunların da etken olduğu yönünde görüş bildirilmiştir. Bu kapsamda evli olmak, aile hayatına sahip olmak, çocuk sahibi olmak gibi sorumluluklar, öğrencilerin tam anlamıyla akademik çalışmalara/doktora eğitime dâhil olamamasına yol açmakta ve onları kesintiye uğratabilmektedir. Bu kapsamda K7 görüşünü şu sözlerle belirtmiştir: “*...Hayatımı yoluna koyup, bir düzen oluşturabilirsem kesinlikle iyi bir araştırmacı olurum. Tabi belki bunlar benim mazeretlerim ama evli olmak, bir çocuğun olması, garanti bir işin olmaması da iyi bir araştırmacı olmayı engelleyen unsurlar olarak ortaya çıkıyor*”. Sayılan nedenlerin yanı sıra, doktora öğrencisinin zamanını etkin kullanması da önemlidir. Kişisel sorunlar kapsamında görülen zaman yönetimine yönelik K3 görüşünü şu sözlerle belirtmiştir: “*...Zaman yönetimini yapamadığım için gerektiği kadar çalışmadım...*”.

#### 4.3. Akademi Kaynaklı Sorunlar

Katılımcılardan elde edilen bilgiye göre, diğer temalardan daha az olsa da doktora öğrencileri; öğretim üyesi-öğrenci ilişkisinde yaşanan aksaklıkların, aşırı ödev yükünün ve yayın baskılarının olumsuzluğunu ve bu olumsuzluğun doktora eğitiminin önündeki engeller olduğunu belirtmişlerdir. Holley ve Caldwell (2012) doktora öğrencileri ile öğretim üyeleri arasındaki ilişkiyi, başarılı bir lisansüstü okul deneyiminin anahtar bir bileşeni olarak tanımlanmıştır. Zhao ve arkadaşları (2007) ise doktora öğrencisi ve öğretim üyesi arasındaki ilişkinin, doktora eğitim deneyiminin kalitesini doğrudan etkilediğini belirtmiştir. Bu kapsamda K9 “*...Hocaların ödevleri değerlendirirken tamamen objektif olmaları gerekir. Not verme kriterlerinin çok açık ve ölçülebilir olması gerekir...*” şeklinde görüş beyan ederken; K11 “*...Her derste tek tek yayın yapılması zorunluluğu var... Dolayısıyla ödevlerin dışında farklı kaynak okumamıza fırsat kalmıyor...*” sözleriyle görüşünü ifade etmiştir.

Son olarak, yapılan görüşmelerde hemen hemen tüm öğrenciler *akademisyen olma* yönünde görüş bildirmiş olmalarına rağmen, doktora eğitiminin sadece akademik anlamda değil, sektörel anlamdaki katkılarının da göz ardı edilmemesi gerekliliğini vurgulamışlardır. Bu konuda K1 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: “*Şahsi fikrim doktora yapan bir kişi sadece akademik dergilerde yayın yapmamalı, aynı zamanda köşe yazıları gibi sektörel yayınlar da yapabilmeli. Çünkü sektörden olan biri olarak bunu belirtmeliyim ki; akademik yayınlar, sektördekiilerin çok fazla takip ettiği yayınlar değil...*”

## 5. SONUÇ

Bu araştırma, turizm işletmeciliği alanında doktora yapan öğrencilerin, doktora eğitimine yönelik algı ve düşüncelerinin ortaya konulması ve doktora sürecinde yaşadıkları sorunları belirleyebilmek amacıyla hazırlanmıştır. Bu amaçla, doktora düzeyindeki öğrencilerin en çok müfredata yönelik görüş bildirdiği ortaya çıkmıştır. Özellikle akademik yazım ve yöntem konusunda ders müfredatlarına yönelik ortaya çıkan sorunların azımsanmayacak boyutta olduğu araştırma bulgularından elde edilmiştir.

Lisansüstü düzeyde eğitim alan öğrenciler geleceğin bilim insanlarıdır ve bu nedenle onların bilim topluluğuna entegrasyonları zorunludur (Tremblay-Wragg vd., 2021). Bu entegrasyonun sağlanması için lisansüstü düzeyde alınan derslerin yol gösterici olması oldukça önemlidir. Bu kapsamda doktora düzeyindeki müfredatların güncellenmesi, elde edilen bulgulardan yola çıkılarak büyük bir gereklilik olarak görülmektedir. Yusuf ve arkadaşları (2018), üniversitelerde müfredatlar hazırlanırken bu kapsamdaki tüm paydaşlara söz hakkı verilmesi (turizm akademisyenleri, sivil toplum kuruluşları vb.) gerekliliği üzerinde durmaktadır. Söz konusu çalışmada, ders müfredatlarının, turizm kavramları ve uygulamalarını pekiştirebilmesi açısından önemi belirtilmektedir. Kırlar-Can ve arkadaşları da (2021), turizm sektöründe yer alan tüm paydaşların çıkarları için kusursuz bir eğitim sistemi tasarlanmasının önemini ortaya koymaktadır.

Doktora düzeyindeki öğrencilerin akademik gelişimleri için iyi yayın yapma önündeki engellerinden biri olan araştırma yöntemleri bilgisi geliştirilmeli ve bu kapsamda müfredata gerek nicel araştırma (SPSS, PLS-SEM, CB-SEM gibi), gerekse nitel araştırma (Nvivo, Atlas, Leximancer gibi) yöntemlerine yönelik dersler eklenmelidir. Bu durum, Karadağ'ın (2010) çalışmasında belirttiği gibi doktora öğrencilerinin akademik yazım ve araştırma yöntemleri kapsamındaki eksikliklerinin tamamlanması için önemli ve gereklidir. Öğrencilerin istatistikî yöntemlere hakim olması, onların akademik gelişiminde ve akademiye daha üretici olmalarında etkindir (Ramirez vd., 2012). Sayılan bu önerilerin yanı sıra, özellikle seçmeli dersler kapsamında farklı disiplinlerden derslerin eklenmesi, öğrencinin bilgi dağarcığını geliştirmesi ve disiplinlerarası düşünme ve araştırma yapabilmesi açısından önemli görülmektedir. Dahası, hazırlanan müfredatlarda ekonomik, sosyal, çevresel ve teknolojik gelişmelerin (örneğin ikinci nesil analizlere yönelme) göz ardı edilmemesi oldukça önemli görülmektedir.

Çalışmadan elde edilen bir diğer önemli bulgu, doktora öğrencilerinin eğitim-öğretim hayatı içerisinde yaşadıkları ekonomik sorunların sonuçları üzerinedir. Bu ekonomik sorunlar, derslere tam olarak uyum sağlayamama, dikkatin başka bir alana yayılması ve sonuç olarak etkinlik ve verimliliğin azalmasına neden olmaktadır. Doktora öğrencileri, ülkeler için büyük bir değer olarak görülmelidir. Birçok gelişmiş ülkede, eğitim-öğretim sürecinde çeşitli fonlar, burslar ve teşvikler verilmektedir. Türkiye'de var olan bu desteklerin sayıca artırılması ve lisansüstü öğrencilerin *ileride kaliteli birer araştırmacı olabilmesi için desteklenmesi* önemlidir. Örneğin, Yükseköğretim Kurumu'nun vermiş olduğu doktora bursları veya Tübitak doktora burs programı gibi teşviklerin yaygınlığı artırılabilir.

Öğrenci-öğretim üyesi ilişkisi de doktora eğitim sürecinin başarıyla tamamlanmasında bir etkindir. Nitekim, elde edilen bulgular da bu sonucu doğrular niteliktedir. Bu konuda gerek öğretim üyeleri, gerekse de üniversitelerin şeffaf kurallar ve prosedürleri belirlemesi ile sürecin daha verimli geçmesi sağlanabilir. Her alanda olduğu gibi eğitim hayatında da çeşitli sorunlar yaşanabilir. Ancak açık bir şekilde sunulan yönetmeliklerle sorunların daha hızlı çözüme kavuşturulması sağlanmalıdır. Adil ve eşit bir politika oldukça önemlidir. Dahası, eğitim-öğretim açısından bir diğer paydaş olan Yükseköğretim Kurumu'na da bazı görevler düşmektedir. Boylu ve Arslan (2014) çalışmasında belirtildiği gibi, öğrenci sayısına paralel olarak akademik kadronun belirlenmesi önemli ve gereklidir. Çünkü öğrenci-öğretim üyesi sayısının dengede olmaması, iş yükünü arttıracak gibi, ilgi ve desteğin sınırlı sunulmasına da neden olacaktır.

Çalışma bulgularından hareketle, gerek müfredata yönelik, gerek öğrenci ve akademi kaynaklı sorunların çözüme kavuşturulabilmesi, doktora eğitiminden tam fayda elde edilebilmesi açısından önemli görülmektedir. Bu sorunların çözümünde katılımcı bir yaklaşımın benimsenmesi süreçteki etkinliğin ve verimliliğin artırılması ve var olan sorunların çözüme kavuşturulması açısından değerlidir. Bu kapsamda, turizm alanında yer alan sektör temsilcileri ve paydaşları, akademiye önde gelen öğretim üyeleri ve öğrencilerin görüşleri alınarak katılımcı bir yaklaşımın benimsenmesi ile var olan sorunları belirlemek ve çözüm önerileriyle sürece fayda sağlayabilmek mümkündür. Unutulmamalıdır ki, sektör ve akademinin uyumlu olması, her açıdan faydayı beraberinde getirmektedir. İçigen ve arkadaşları da (2018) çalışmasında benzer olarak turizm açısından akademi ve sektör etkileşiminin önemini vurgulamaktadır.

Sonuç olarak söz konusu çalışma, özellikle doktora eğitiminde öğrenciler açısından yaşanan sorunların ortaya çıkarılmasıyla alan yazına dönük teorik katkı sunmakta; hem doktora düzeyinde ders veren öğretim üyelerine, hem ders içeriklerinin hazırlanması konusunda emek verenlere, hem üniversitelere, hem de Yükseköğretim Kurumu'na uygulamaya yönelik öneriler geliştirmektedir. Ancak her bilimsel araştırmada olduğu gibi bu araştırmanın da çeşitli

kısıtları bulunmaktadır. Bu kısıtlardan en önemlisi, bu araştırmanın verilerinin Covid-19 döneminde toplanmasıyla ilgili olmasıdır. Covid-19, turizm endüstrisini olduğu kadar (şkare vd., 2021), turizm eğitimini de ciddi oranda etkilemiştir (Demirdelen Alrawadieh, 2021). Dahası, yapılan görüşmelerde Covid-19 nedeniyle yüz yüze bir yaklaşımın aksine uzaktan iletişim yöntemi (telefon vb.) tercih edilmiştir. Dolayısıyla geçerliliği teyit etmek için daha fazla çalışmanın yapılması önerilmektedir. Gelecekte yapılacak araştırmalar kapsamında daha zengin veri elde edilebilmesi için, öğrencilere sorulacak soruların zenginleştirilmesi; bu zenginlikle birlikte doktora öğrencilerinin iyi bir araştırmacı olma yolundaki engellerinin belirlenmesi ve mülakatın yanı sıra anket uygulamasıyla verilerin detaylandırılması önerilmektedir.

## TEŞEKKÜR

Bu araştırma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

## MENFAAT UYUŐMAZLIđI

Yazarların, herhangi bir kurum ya da kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi ya da katılımı (hibe; eğitim bursları; konuşmacı bürolarına katılım; üyelik, istihdam, danışmanlıklar, hisse senedi sahipliği veya diğer öz özkaynak payları; ve uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

## YAZARLARIN KATKILARI

H.Y.: Yazın taraması, Veri Toplama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Danışmanlık, Nihai onayın verilmesi.; D.D.A.: Kavramsallaştırma, Yöntem, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Proje Yönetimi, Danışmanlık, Nihai onayın verilmesi.

## ETİK BEYAN

Bu araştırma, 24/07/2020 tarih ve 92 sayı ile Sinop Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulu Kararı ile etik olarak onaylanmıştır.

## KAYNAKÇA

- Bair, C. R., & Haworth, J. G. (2004). Doctoral student attrition and persistence: A meta-synthesis of research. J. C. Smart (Ed.), *Higher education: Handbook of theory and research* içinde (s. 481-534). Springer.
- Boylu, Y., & Arslan, E. (2014). Türkiye'deki turizm eğitiminin rakamsal gelişmeler açısından değerlendirilmesi. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1, 79-97.
- Coronel Llamas, J. M., & Boza, Á. (2011). Teaching research methods for doctoral students in education: Learning to enquire in the university. *International Journal of Social Research Methodology*, 14(1), 77-90.
- Dale, C., & Robinson, N. (2001). The theming of tourism education: A three-domain approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13, 30- 34.
- Demirdelen Alrawadieh, D. (2021). Does employability anxiety trigger psychological distress and academic major dissatisfaction? A study on tour guiding students, *Journal of Tourismology*, 7(1), 55-72.
- Demirkol, ř., & Pelit, E. (2002). Türkiye'deki turizm eğitim sistemi ve Avrupa Birliği sürecinde olası gelişmeler. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 125-146.
- Devos, C., Boudrenghien, G., Van der Linden, N., Azzi, A., Frenay, M., Galand, B., & Klein, O. (2017). Doctoral students' experiences leading to completion or attrition: A matter of sense, progress and distress. *European Journal of Psychology of Education*, 32(1), 61-77.
- Dilci, T. (2019). Eğitim bilimleri örnekleminde lisansüstü eğitimin niteliksel boyutuna ilişkin görüşler (Nitel bir çalışma). *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29(1), 159-179.
- Eskici, M., & Aktaş, R. (2014). Üniversite öğrencilerinin öğrenci kulüplerine yönelik görüşleri. *Asya Öğretim Dergisi*, 2(1), 31-40.
- Gilbert, R. (2004). A framework for evaluating the doctoral curriculum. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 29(3), 299-309.
- Hacıoğlu, N., Kaşlı, M., şahin, S., & Tetik, N. (2008). *Türkiye'de turizm eğitimi*. Detay Yayıncılık.
- Holley, K. A., & Caldwell, M. L. (2012). The challenges of designing and implementing a doctoral student mentoring program. *Innovative Higher Education*. 37(3), 243-253.
- İçigen, E., Çalışkan, O., & Seyitoğlu, F. (2018). Turizm sektörü yöneticilerinin aldıkları lisansüstü eğitime yönelik algıları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(1), 183-194.
- Karadağ, E. (2010). Eğitim bilimleri doktora tezlerinde kullanılan araştırma modelleri: Nitelik düzeyleri ve analitik hata tipleri. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 1(1), 49-71.
- Khan, M. A., Lee, S. S., & Park, K. (2013). A longitudinal study of hospitality and tourism management graduate program quality assessment rankings: 2002–2012. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 25(4), 193-205.

- Kırlar-Can, B., Ertaş, M., & Kozak, M. (2021). Understanding the philosophy of tourism education: A perspective study in Turkey. *International Journal of Tourism Research*, 6 (1).
- Kumar, S., & Antonenko, P. (2014). Connecting practice, theory and method: Supporting professional doctoral students in developing conceptual frameworks. *TechTrends*, 58(4), 54-61.
- Kumar, S., & Johnson, M. (2017). Mentoring doctoral students online: Mentor strategies and challenges. *Mentoring & Tutoring: Partnership in Learning*, 25(2), 202-222.
- Lam, T., & Xiao, H. (2000). Challenges and constraints of hospitality and tourism education in China. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(5), 291-295.
- Langum, V., & Sullivan, K. P. (2017). Writing academic english as a doctoral student in sweden: narrative perspectives. *Journal of Second Language Writing*, 35, 20-25.
- Lavelle, E., & Bushrow, K. (2007). Writing approaches of graduate students. *Educational Psychology*, 27(6), 807-822.
- Ma, L. P. F. (2019). Academic writing support through individual consultations: EAL doctoral student experiences and evaluation. *Journal of Second Language Writing*, 43, 72-79.
- Özmen, Z. M., & Aydın Güç, F. (2013). Doktora eğitimi ile ilgili yaşanan zorluklar ve baş etme stratejileri: Durum çalışması. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*. 3(3), 214-219.
- Qi, H., & Li, F. (2020). Understanding the study experience of chinese tourism doctoral students studying overseas. *Journal of China Tourism Research*. Doi: 10.1080/19388160.2020.1772929
- Ramirez, C., Schau, C., & Emmioğlu Sarıkaya, E. (2012). The importance of attitudes in statistical education. *Statistics Education Research Journal*, 11(2), 57-71.
- Schau, C., Millar, M., & Petocz, P. (2012). Research on attitudes towards statistic. *Statistic Education Research Journal*, 11(2), 2-5.
- Shin, J. C., Postiglione, G. A., & Ho, K. C. (2018). Challenges for doctoral education in East Asia: A global and comparative perspective. *Asia Pacific Education Review*, 19(2), 141-155.
- Škare, M., Soriano, D. R., & Porada-Rochoń, M. (2021). Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120469.
- Şahin, İ., Zoraloğlu, Y. R., & Fırat, N. Ş. (2011). Üniversite öğrencilerinin yaşam amaçları, eğitsel hedefleri üniversite öğreniminden beklentileri ve memnuniyet durumları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 3(3), 429-452.
- Tremblay-Wragg, É., Mathieu Chartier, S., Labonté-Lemoine, É., Déri, C., & Gadbois, M. E. (2021). Writing more, better, together: How writing retreats support graduate students through their journey. *Journal of Further and Higher Education*, 45(1), 95-106.
- Turan, L., Sevim, O., & Tunagür, M. (2018). Türkçe eğitimi alanındaki doktora tezlerinin özet bölümlerine yönelik bir içerik analizi. *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*. 6(11), 29-44.
- Yıldız, A. (2004). Türkiye'deki yetişkin eğitimi araştırmalarına toplu bakış. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37(1), 78-97.
- Yusuf, M., Samsura, D. A. A., & Yuwono, P. S. H. (2018). Toward a framework for an undergraduate academic tourism curriculum in Indonesian Universities: Some perspectives from stakeholders. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 22, 63-74.
- Zhao, C. M., Golde, C. M., & McCormick, A. C. (2007). More than a signature: How advisor choice and advisor behaviour affect doctoral student satisfaction. *Journal Of Further And Higher Education*, 31(3), 263-281.

## **EXTENSIVE SUMMARY**

### **Introduction**

Ph.D. education is regarded as the highest level of formal education life and thus has a significant importance. Ensuring an adequate education quality is crucial for students as they will be either academic researchers or workforce in the sector. Therefore, the present study examines the challenges faced by tourism Ph.D. students and suggests solutions for different stakeholders.

### **Method**

This study aims to understand the perceptions of students enrolled into doctorate programs in the field of tourism management towards these programs and to identify the key challenges they experience during their academic career. For this purpose, qualitative data were collected using semi-structured interviews with 18 Ph.D. tourism students in Turkey. Interview questions were developed based on a comprehensive literature review. In the first part of the interview form, demographic information was collected. In the second part, however, informants were asked open-ended questions about their Ph.D. education process. The data collection process started in the second half of 2020 over a period of around five weeks. The data was analysed using content analysis method. Ethics Committee Approval for this study was obtained from Sinop University (decision no. 92. date: 24.07.2020).

### **Finding**

Content analysis revealed three key issues summarizing challenges faced by students. While the findings reveal that Ph.D. students mostly experience problems related to the course curriculum; they also reveal that student-related issues, and academia-related issues were frequently mentioned. Ph.D. students generally lamented that research methods and academic writing courses were insufficient. There was also common negative feeling among informants due to the fact that most Ph.D. courses were almost the same as those in the undergraduate and Master's levels. They also highlighted the absence of elective courses and language-based education. Another key challenge pertains to students' economic conditions (lack of focus due to economic constraints), as well as personal problems. Finally, students mentioned other challenges related to the faculty-student relationship including excessive homework load and publication pressures.

### **Conclusion**

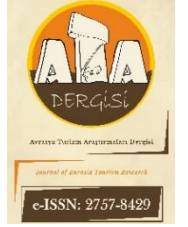
This study aimed to examine the perceptions of the Ph.D. students currently enrolled in the field of tourism management and to identify the key challenges they experience during their Ph.D. education. Based on the findings, it has been found that the challenges related to the Ph.D. course curricula (e.g., academic writing and method) are of considerable size. Updating doctoral level curricula is therefore imperative. Improving existing curricula should be viewed as a way to enhance students' academic development and inherently their ability to produce quality research. Students also stated that they experienced both personal and academy-related challenges during their education. It is important to identify existing problems and provide support to students and adopting a participatory approach by involving different stakeholders in the field of tourism, leading academic members and students in the academy. The present study provides a theoretical contribution to the literature by revealing the challenges experienced by Ph.D. students. The study also suggests practical suggestions for different stakeholders.



Dergi Anasayfası: [ATA Dergisi](#)

# Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi

## Journal of Eurasia Tourism Research

Journal Homepage: [JETouR](#)

### Deneyim Kalitesinin Demografik Özelliklere Göre Değerlendirilmesi: Müze Ziyaretçileri Üzerine Bir Araştırma

#### Evaluation of Experience Quality According to Demographic Characteristics: A Research on Museum Visitors

Gamze ERYILMAZ<sup>1</sup>, Nadire ÖKSÜZ<sup>2,\*</sup><sup>1</sup>Asst. Prof., Department of Gastronomy and Culinary Arts, Tourism Faculty, İskenderun Teknik University, İskenderun, Turkey<sup>2</sup>MSc Student, Department of Tourism and Hotel Management, Social Sciences Institute, İskenderun Teknik University, İskenderun, Turkey

## MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Makale Süreci:

Gönderim : 6 Mayıs 2021  
 Düzeltme : 25 Haziran 2021  
 Kabul : 27 Haziran 2021  
 Yayımlanma : 10 Temmuz 2021

Anahtar Kelimeler:

Müze  
 Deneyim Kalitesi  
 Turizm  
 Arkeoloji Müzeleri.

## ÖZ

İnsanoğlu hayatın her evresinde birtakım deneyimler yaşamaktadır. Deneyim çevrede yaşayarak öğrenmeyle gerçekleşirken, deneyimin kalitesi de olumlu ya da olumsuz deneyimin oluşmasında önemli bir etken olmaktadır. Bu etkenin sebebi olan deneyimlerin kalitesi o anı daha anlamlı hale getirmektedir. Deneyim kalitesinin yaşanabileceği, yerlerden biri müzelerdir. Bu araştırmada müze ziyaretçilerinin deneyim kalite algıları üzerinde durularak, deneyim kalitesi öğelerinin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Tanımlayıcı türde tasarlanan araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Geliştirilen anket için İskenderun Teknik Üniversitesi Etik Kurul onayı alınarak veri toplama sürecine geçilmiştir. Veriler Aralık 2020-Ocak 2021 tarihleri arasında toplanmıştır. Veri toplama sürecinin pandemi dönemine denk gelmesi sebebiyle, veriler çevrimiçi ortamda kolayca örnekleme yoluyla toplanmıştır. Araştırmanın örneklemini Hatay Arkeoloji Müzesi, Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi, Şanlıurfa Göbeklitepe Örenyeri'nden herhangi birini ziyaret eden bireyler oluşturmaktadır. Toplamda 130 katılımcıdan geçerli veri toplanmıştır. Analiz sonuçlarına göre, genel itibarıyla ziyaretçilerin olumlu bir deneyim kalitesi yaşadıkları görülmektedir. Geliştirilen hipotezlerden ise sadece birinin kabul edildiği söylenebilir. Bu bulguya göre, eğitim durumunun, müze deneyim kalitesi boyutlarından kaçış duygusu ve eğlenceye göre farklılık gösteren önemli bir unsur olduğu belirlenmiştir.

[Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi](#) yayıncı [Bayram KANCA](#) tarafından [CC BY-NC-SA 4.0](#) ile lisanslanmıştır.

## ARTICLE INFO

Research Article

Article history:

Received : 6 May 2021  
 Revised : 25 June 2021  
 Accepted : 27 June 2021  
 Available : 10 July 2021

Keywords:

Museum  
 Experience Quality  
 Tourism  
 Archoeology Museums.

## ABSTRACT

Human beings have experiences at every stage of life. While the experience occurs with learning by living in the environment, the quality of the experience is also an important factor in the formation of positive or negative experience. The quality of the experiences, which is the reason for this factor, makes that moment more meaningful. One of the places where the quality of experience can be experienced is museums. In this research, the experience quality perceptions of museum visitors were emphasized and it was examined whether the elements of experience quality differ according to demographic characteristics. Questionnaire technique was used as a data collection tool in the descriptive study. For the developed questionnaire, the approval of the İskenderun Technical University Ethics Committee was obtained, and the data collection process was started. Data were collected between December 2020 and January 2021. Due to the fact that the data collection process coincided with the pandemic period, the data were collected online by easy sampling. The sample of the research consists of individuals visiting any of the Hatay Archeology Museum, Gaziantep Zeugma Museum and Şanlıurfa Göbeklitepe Ruins. In total, valid data were collected from 130 participants. According to the results of the analysis, it is seen that the visitors have a positive experience quality in general. It can be said that only one of the developed hypotheses was accepted. According to this finding, it has been determined that educational status is an important factor that differs from the sense of escape and entertainment from the dimensions of museum experience quality.

[Journal of Eurasia Tourism Research](#) by [Bayram KANCA](#) is licensed under [CC BY-NC-SA 4.0](#)

\*Sorumlu yazar / Corresponding author



0000-0003-0588-8021 (G. ERYILMAZ), 0000-0001-8112-239X (N. ÖKSÜZ)



gamze.eryilmaz@iste.edu.tr (G. ERYILMAZ), nadireoksuz@gmail.com (N. ÖKSÜZ)

## 1. GİRİŞ

Müzeler, insanlık açısından kültürel mirası koruyarak tarihi tanıtan mekanlardır. Aynı zamanda mirası korumanın yanı sıra araştıran ve ziyaretçilerine bilgiler veren, eğlence deneyimi ve iş deneyimi sunabilen halkın faydalanabildiği yerlerden biri olarak kabul edilmektedir (Kandemir & Uçar, 2015). Bu bağlamda müzeler, medeniyetlerin geçmişi ile yaşadığı zamanı arasındaki bağı güçlendiren, kültürel mirası gelecek nesillere taşımaya hizmet eden kurumlar olarak değerlendirilebilir (Kervankiran, 2014: 359).

Her türlü arkeolojik eserin kazılarla çıkarıldıktan sonra korunduğu ve sergilendiği müzeler, turizmin önemli yapı taşlarından biridir. Günümüzde destinasyonların birçoğunda hizmet veren müzeler bulunmaktadır. Bu nedenle müzeler turizmde destinasyonun önemli çekim unsurlarından biri olarak görülmektedir (Jansen Verbeke & Rekom, 1996; Goeldner & Ritchie, 2009). Hatta müze türlerinde görülen (arkeoloji, sanat, açık hava veya heykel müzesi gibi) çeşitlilik, bir çekim unsuru olmanın da ötesine geçerek, müzelerin bulunduğu destinasyonun veya ülkenin turistik açıdan önemli bir tutundurma aracı olduğu söylenebilir. Müzelerin misyonunda yeni bir bakış açısı oluşturduğu da gözlenmektedir (Kervankiran, 2014). Müzelerin bu bakış açısıyla önemli bir yerde olduğu göz önüne alınırsa, müzelere düşen birçok sorumluluktan (toplama, koruma, belgeleme, araştırma, eğitim ve sergileme) bahsedilebilir (Weil, 2004). Bu sorumluluklardan en genelinin ise müze ziyaretçilerinde gezi sonrası oluşan deneyimin, olumlu anlamda olması için yapılan her türlü hizmet sunma çabası olduğu söylenebilir. Ancak müzelerin bu çabayı destekleyebilmesi için ziyaretçilerin hizmet sonrası geri bildirimlerine odaklanması önemlidir. Olumlu geri bildirimlerin oluşabilmesi için hizmette beklenen standardın yakalanması gerekmektedir. Çünkü müze ziyaretçi deneyimlerinin olumlu/olumsuz olması durumu müze tanıtımı bakımından önemli olabilmektedir. Örneğin, insanların çok beğendiği bir yeri mutlaka bir başkasına anlatması söz konusu olduğunda, ilgili aktarımlar bu deneyimi hiç yaşamamış birinin ilgisini çekmesine neden olabilir. Böylece unutulmaz bir müze deneyimi sunan müze yönetimi, tekrar gelen turistlerle ziyaretçi sayısında artış olduğunu rahatlıkla gözlemleyebilir (Kim ve Ritchie, 2014). Bu sebeple öncelikle müze ziyaretçilerinin beklentisinin algılanarak, bu doğrultu da hizmetini özenle sunabilecek bir yönetimin olması önemlidir (Moscardo, 1996; Kang & Gretzel, 2012b). Yönetimin müze içerisindeki tema uyumunu, atmosferi, aydınlatmasını, temizliği, kafe, hediyelik eşya vb. hizmetleri ziyaretçi beklentilerini karşılayacak biçimde konumlaması ve sunması, ziyaretçilerin deneyimlerini unutulmaz hale getirebilir. Böylece ziyarete gelenler, müzeden beklediğinden fazlasını bularak etkileyici bir deneyimle ayrılabilir. Bu etkileyici deneyim ise unutulmaz ve ilgi çekici hatıralar ile birlikte mantıksal, duygusal ve düşünsel birçok yaşantının bireyde kendini göstermesi ile oluşabilmektedir (Aho, 2001: 33; Oh vd., 2007; Oral & Çelik, 2013).

Bu çalışmanın amacı; müze ziyaretçi deneyimlerinin demografik özelliklere göre incelenmesidir. Bu kapsamda ilgili amacı karşılayabilmek için arkeolojik eserlerin sergilendiği Hatay Arkeoloji Müzesi, Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi ve Şanlıurfa Göbeklitepe Örenyeri ziyaretçileri araştırmaya dahil edilmiştir. Müze ziyaretçi deneyimlerinin arkeolojik eserleri sergileyen müze ziyaretçileri bakımından ele alınması ve arkeolojik müzelerle ilgili sınırlı sayıda çalışma olması sebebiyle araştırmanın literatüre katkı sağlayacağı, aynı zaman da sonraki araştırmalara yol göstereceği düşünülmektedir.

## 2. YAZIN İNCELEMESİ

Deneyim kalitesinin temel oluşumunun deneyim olması sebebiyle, konunun deneyim kavramı ile detaylandırılarak ele alınmasının anlaşılabilirlik açısından daha uygun olacağı düşünülmüştür. Deneyim sözcüğü kelime olarak bireyin belli bir sürede veya hayat boyunca edindiği bilgiler ve tecrübeler olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2020). Pek çok araştırmaya konu olmasına rağmen ortak bir tanımı bulunmadığı söylenebilir (Robinette & Brand, 2001: 60). Alanyazında çok eski bir tanıma bakıldığında Holbrook ve Hirschman (1982: 134) deneyimi pazarlamada alıcının kendi tecrübesiyle sezgileriyle edindiği durum olarak açıklamaktadır. Yine başka bir tanıma göre niteliğin (bir şeyin iyi/kötü, güzel/çirkin vb. gibi özelliklerinin olması) ön planda olduğu yaşantılar olarak tanımlanmaktadır (Mannell, 1984). Daha güncel tanımlar incelendiğinde deneyim, bireyde oluşan çevre, ürün ve hizmet unsurlarının bir bileşimi (Lewis & Chambers, 2000); veya bireyin katılım gösterdiği etkinliğin sonucunda bireyde oluşan mantıksal ve duygusal edinimler olarak ifade edilebilmektedir (Aho, 2001: 33). Bir başka tanıma göre ise deneyim hoş vakit geçirilen, ilgi çekici unutulmaz anılar olarak değerlendirmektedir (Oh vd., 2007). İşletme bakış açısına göre deneyim ise; işletmenin ilgi çekmeye yönelik bilinçli olarak hizmetlerinde sahne, dekor veya aksesuar vb. unsurları kullanması ile sunulan ürün olarak tanımlanmaktadır (Pine & Gilmore, 1999). Deneyim kavramı tanımı turistik açıdan ele alındığında ise, turistin konakladığı süre boyunca aldığı her hizmet, zaman, bilgi ve sosyalleşmesi sonucu zihnindekileri irdelemesi olarak tanımlanmaktadır (Albrecht & Zemke, 2002). Bir diğer tanıma göre turistik deneyim turistin daha önce gezdiği yerlerle ilgili fikirleriyle, duygularının birleşimi olarak ele alınmaktadır (Dodd vd., 2005). İlgili tanımlardan hareketle turizmin aslında, deneyimle ilerleyen bir oluşum olduğu söylenebilir (Oral & Çelik, 2013: 171).

Deneyimi etkileyen bazı faktörler bulunmaktadır. Bu faktörler; özellikle ziyaretteki sosyal paylaşım ve kültür paylaşımı, faaliyetlere katılım hissini oluşturması, nitelikli olmasının verdiği psikolojik etkiler de sayılabilmektedir

(Goulding, 2000: 269-270). Walls vd., (2011)'ın araştırmalarında ise, oteldeki turistlerin deneyimini çevrenin yanı sıra diğer turistlerle olan paylaşımın ve personellerle olan paylaşımın etkilediği vurgulanmaktadır. Çevredeki dekorun, manzaranın, ortamın soğukluğu-sıcaklığı, temizliği, korunaklı olması, eşyaların dzeneni, işaretlerin varlığı, personelin görüntüsü, davranışları da deneyim için önemli olmaktadır (Walls vd., 2011).

Deneyim kalitesi ise bir kavram olarak ele alındığında, müşterilerin tüketim sırasındaki aldığı hizmeti, hizmeti sağlayanları, diğer alıcılar ve çevreleriyle ayrıca hizmet esnasında iletişim kurduğu personellerle oluşan deneyimini duygusal bakış açısıyla değerlendirmesi olarak tanımlanmaktadır (Chang ve Horng, 2010: 2403). Carl' a (1997) göre “*oldukça karmaşık olan psikolojik, sosyolojik ve bilişsel etkileşim süreçleri yolu ile ortaya çıkan bilinçteki farkındalık anlarındaki düşünce ve hislerin akışı*” biçiminde deneyim kalitesini tanımlamaktadır (Kang & Gretzel, 2012a). Literatürde hizmet kalitesi leği olarak kullanılan “*SERVQUAL*”ın, deneyim kalitesinin duygusal etkenlerini tam olarak lemediğini savunan Fick ve Ritchie (1991: 9) deneyim kalitesinin araştırılması bakımından bir başlangıç noktasını oluşturmaktadır. Deneyim kalitesiyle ilgili alanyazın da oldukça sınırlı araştırma olduğundan genellikle hizmet kalitesi ile karşılaştırılarak değerlendirilmektedir (Chang & Horng, 2010: 2403). Otto ve Ritchie (1996: 168) alışmasında hizmet kalitesine göre karşılaştırıldığında aslında deneyim kalitesinin alıcıya öznel bakış açısı oluşturduğunu, içsel bir değerlendirme sağladığını ve sembolik, deneyimsel bir yararının da olduğunu belirterek önemliliğini ifade etmektedir. Oysa hizmet kalitesi objektif, dışa yönelik hizmete bir değerlendirme sağlarken bilişsel ve tutumsal anlamda yorumu olabilmektedir.

Deneyim kalitesinin oluşabilmesi içinse, deneyim kavramının oluşma süreci üzerinde durulabilir. Deneyimin üç aşamada gerçekleştiği bilinmektedir. İlki turizmle alakalı beklenti, ikincisi deneyimin yaşanması, cs de yaşanan deneyimin kişiye yansımaları olarak açıklanmaktadır (Jennings, 2006). Turistler, deneyimin her aşamasında bambaşka yeni deneyim unsurlarıyla karşılaşabilmektedir ya da geçmişteki deneyimleriyle oluşan fikirlerini değeriftirebilmektedir. Oluşan yeni deneyimine bilişsel ve duygusal anlamda yeni anlamlar yükleyebilir. Gelecekteki tatil ya da yaşamak istediği deneyimi için de karar verdiğinden bu aşamada en etkin olanı eylemin harekete geçirildiği ikinci aşama olmaktadır (Aho, 2001). Pine ve Gilmore (1999)' un deneyimin ekonomisiyle ilgili araştırmasının turizme adapte edildiği görülmektedir. Böylece ziyaretçilerin gezileri sonucunda oluşan duygularına göre turizm faaliyetlerine katılımda istekli olup olmadıkları belirlenmektedir. Ya da ziyaretçilerin ilgi alanındaki algılamalarına göre de deneyimin belirlendiği söylenmektedir (Oh vd., 2007). Buna istinaden çalışmada deneyim kalitesi öğrenme arzusu, kaçış duygusu ve eğence olmak üzere üç boyutta incelenmektedir. ğrenme arzusu boyutu ziyaretçinin gezi esnasında öğrendiği bilgileri, eğitimi kapsamaktadır. Kaçış duygusu ziyaretçinin gezi içindeki faaliyetlere katılımdan etkilenmesi olarak değerlendirilmektedir. Eğence boyutu da ziyaretçinin yalnızca faaliyetten etkilenmediğini gözlemleriyle edindiği hissini ve doyumunu ifade etmektedir (Oh vd., 2007). Deneyimin gerçekleştiği sırada ziyaretçilerinde birtakım beklentilerinin olduğu da bilinmektedir. Dolayısıyla yaşanan deneyim sonunda ziyaretçiler beklentileri ile aldıkları hizmeti karşılaştırarak memnuniyet veya memnuniyetsizlik sergileyebilmektedirler (Altunel, 2013). Özellikle müze ziyaretçilerinde memnuniyet-memnuniyetsizlik hali deneyimin olumlu-olumsuz göstergelerinden sayılabilmektedir. Bu durum ziyaret edilen yerdeki izlenimin ne kadar önemli olduğunun bir yansıması olarak tanımlanabilir.

Müzeler, milletlerin sanat ve bilim yapıtlarını koruyarak sergileyen, toplumun geçmişi hakkında bilgi verip, gelecek içinde fayda sağlayan kurumlardır (Maktal Canko, 2014). Fleming' e (2005: 59) göre müze elbette “*bir yer*” fakat sıradan “*bir yer*” olarak sayılmamaktadır. Hepsi benzersiz olan müzelerin farklı özelikleri bulunmaktadır. Sergilenen eserlerle inançtan ziyade düşünceler sorgulanabilmektedir. Müzelerin genel amacı; kültürü gelecek kuşaklara nakletmek, bilgiyi onlara ulaştırabilmektedir (Atın ve Karadeniz, 2011: 519). Müzeler kültür mirası bilgisinin aktarılmasından başka yabancı ziyaretçilerin de ülkeye gelmesinde etkili olmaktadır (Trinh & Ryan, 2013). Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de “*arkeolojik müzeler, tarihi müzeler, açık hava müzeleri, etnografik müzeler, güzel sanatlar müzeleri, askeri müzeler, bilim müzeleri, özel müzeler*” gibi müzelerin pek çok eşiidi bulunmaktadır (Sezgin vd., 2011; Demir, 2013).

Müze deneyimini serginin dizaynı, eserlerin uyumu, kullanılan ışık, rengin uyumu, ritmi, odak noktası, sergilenen eserlerin dengesi gibi faktörler etkilemektedir. Özellikle serginin dizaynının uyumu ziyaretçi de etki bırakıp izleniminin oluşmasında olumlu-olumsuz bir durum yaratabilmektedir (Alparıslan & Alparıslan, 2019: 40-42). Müzenin bilinirliği, müzenin dış ve iç mekanı, çalışan personelin gelen ziyaretçilere davranışı müze kalitesinin belirleyici unsurları sayılabilmektedir (Kurulgan & Bayram, 2018). Bu faktörlerin hepsi müzenin ziyaretçi çekiciliğini artırabilir. Müze yönetiminin başarılı olmasında önemli bir neden sayılabılır. Müzeler çeşitli alanlarda sergiledikleri ürünlerle aslında bir nevi eğitime de aracı olmaktadır. Müzeler ziyaretçilere entelektüel, kültürü içinde bulunduran oldukça yaratıcı bir eğitim sunabilmektedir ve ömür boyu süren yaygın eğitime destek vermektedir (Moorhouse vd., 2019: 403-404). Müzelerin bu anlamda daha çok ziyaretçiye hizmet vermesi önem taşımaktadır. Hizmet işletmesi sayılan müzelerin maddi beklenti değil de topluma yarar sağlama amaçları ön planda olmaktadır. Bunun için müze yönetiminin amacını belirleyip, pazarlama tutumlarını oluşturmaları, müzeyi etkileyici yönde geliştirmeleri gerektirmektedir. Hedefteki müze ziyaretçilerine ulaşmayı sağlayacak bu ölçütlerin

faydalı bir biçimde uygulanması önemlidir (Cengiz, 2006: 104-105). Aynı zamanda müzelerin hizmet verirken bazı yardımcı işlevlere ihtiyacı olmaktadır. Bunlar yerel yiyecek-içecek satış yerleri, yöresel eşyaların satıldığı dükkanlar, kısa süreli sergiler, konser ve dans gösterileri, açık hava tiyatroları, şenlikler, konferans düzenlemeleri olarak sıralanabilmektedir. Ayrıca müzenin bulunduğu yer civarında rekreasyon amaçlı piknik ve kamp için uygun yerlerde var olabilmektedir. Alandaki endemik özelliğe sahip bitki ve hayvanlarda korunup gelen ziyaretçilere sergilenabilmektedir (Demir, 2013: 1113).

Lynch'e (2013: 218) göre; ziyaretçiler için yapılan her hizmet müze yönetiminin deneyim kazanmasında ya da geribildirimler almasında önemli olmaktadır. Müzenin varlığı ziyaretçilerine sunduğu bu hizmetlerle daha da ortaya çıkmaktadır. Müzedeki destek hizmetlerinin sağlanmasında başarı sağlanırsa ziyaretçi memnuniyetinin gerçekleşmesi söz konusu olabilir. Diğer taraftan müze deneyimi sırasında, çevresel problemlerin oluşu, eserlerin zorlukla görülebilmesi, müze girişinde uzun süre sıra beklemek, müze etrafında dinlenecek alan olmayışı gibi unsurlar memnuniyetsizliğe neden olabilir (Brida vd., 2013). Bununla birlikte ziyaretten memnun olan bireylerin tekrar gelme niyetiyle tavsiye etme niyetinin de oluşabileceği belirtilmektedir (Özer vd., 2014; Radder & Han, 2015). Müzelerin deneyim yaşanabilecek özel kurumlar olduğu da bilinmektedir (Prentice, 1996: 169). Bu deneyimin gerçekleşebilmesi içinse müze ile ziyaretçinin müşterek katkısı gerekmektedir. Ziyaretçilerine tanıtım yaparak sıklıkla kapısını açabilen müzeler halkın katılımlarıyla toplumun ilgisini kendisine çekebilmektedir (Karadeniz, 2017: 24).

### **2.1. Deneyim Kalitesini İnceleyen Çalışmalar**

Her turistik deneyimde olduğu gibi ziyaretçilerin aklında kalıcı olmak müzelerinde hedefleri arasında sayılabilmektedir. Turizm sektöründe müze deneyimi birçok destinasyon da yer aldığından oldukça önemli bir deneyim çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır. Falk ve Dierking (1992) müze deneyimiyle ilgili çalışmasında deneyimin fiziksel, bireysel ya da sosyal etkenlerle oluştuğunu ve ziyaretçilerin kişisel özelliklerinin ayırt edici etkisi olduğunu belirtmektedir. Müze deneyimini yakın arkadaşla yaşayıp kaliteli zaman geçirme etkinliği olarak gören ziyaretçiler de memnuniyet ve olumlu deneyim hissi görülebilmektedir (Debenetti, 2003: 53). Yabancı turistlerin incelendiği bir araştırmada deneyim kalitesinin memnuniyeti oluşturduğundan bahsedilmektedir. Ziyaret sırasında öğrenme, kaçış ve eğlence boyutlarının deneyim kalitesiyle belirlendiği, sonrasında ziyaretçilerde genel atmosferinde memnuniyeti oluşturduğu söylenmektedir (Cole ve Scott, 2004; Rojas ve Camarero, 2008). Chen ve Chen (2010) deneyim kalitesiyle ilgili araştırmalarında, hizmetin ve deneyim kalitesinin turistlerin ziyareti sırasında ortaya çıktığına dikkat çekmektedir. Ayrıca üç boyuttan oluşan deneyim kalitesinin, yabancı turistlerin ziyareti esnasındaki kaçış duygusu, eğlence ve bilgi edinmeye dönük deneyimlerinin, ziyaretin bitimiyle birlikte ortaya çıkan algılanan değeri de etkileyebildiği belirlenmiştir. Dirsehan (2011) İstanbul' daki 460 müze ziyaretçisini inceleyip deneyimi (bilişsel, duyuşsal, fiziksel ve duyuşsal) dört boyutta değerlendirmektedir. Boyutlar eğitim düzeyi, yaş ve gelir durumuna göre de farklılık sergilemektedir. Konya Mevlana Müzesi'nin ziyaretçi deneyimlerinde, müzenin internet sitesinin yetersizliği, aşırı kalabalık olması, destek hizmetlerindeki eksikliklerin, yabancı ziyaretçileri ve müze pazarlama sürecini olumsuz etkilediği belirtilmektedir. Diğer bir bulguda eğitim düzeyi yüksek bireylerin müze ziyaretinin anlamlı bir farklılık oluşturduğu gözlemlenmiştir (Sezgin vd., 2011). Sheng ve Chen (2012) araştırmalarında müze deneyiminin eğlence, kaçış, kişisel bağ kurma gibi alt boyutlarının olduğu, bu boyutların ziyaretçilerin yaş, medeni durum, gelir durumu, cinsiyete göre anlamlı bir farklılık oluşturduğunu belirtmektedir. Altunel (2013) Topkapı Müzesi ziyaretçilerini incelediği çalışmasında, müze deneyimi kalitesini incelemiştir. Çalışmada deneyiminin bilgi edinme, kaçış duygusu ve eğlence boyutlarından oluştuğu, bununla birlikte deneyim kalitesinin müze için oldukça önemli olduğu vurgulanmaktadır. Güzel vd.' nin (2015) çalışmalarında ise müze ziyaretçilerinin müze hakkındaki düşüncelerinin değişmesinde bilgi edinme ve öğrenme boyutunun önemi üzerinde durarak, deneyimi yaşayan ziyaretçilerin düşüncelerindeki değişimi gözlemlemiştir. Jesu adasını ziyaret eden turistlerde yapılan bir diğer araştırmada deneyim kalitesi dört boyutta incelenmiş, deneyim kalitesi ile boyutlarının ziyaretçilerin memnuniyetinin oluşmasında yordayıcı etkisi tespit edilmiştir (Moon & Han, 2019). Sivas Arkeoloji Müzesi' ni ziyarete gelen öğrencilerle deneyim kapsamında yapılan araştırmada ise; müzenin tasarımı ile ulaşımının makul bulunduğu ancak müze personelinin öğrencilerle yeterince bilgi paylaşımında bulunmadığı ve iletişimin kopuk olduğu şeklinde olumsuz deneyimlerle karşılaştırmıştır (Yumuk & Koçoğlu, 2020). Burdur Müzesi ziyaretçilerinin dahil olduğu araştırmaya göre de tasarım, eserler, engelli ziyaretçilere uygunluk, ulaşım rahatlığı, personelin iletişimi, müzenin temizliği, modernlik şeklinde olumlu deneyimlerle karşılaşıldığı belirtilmektedir. Aynı zamanda müzenin mekan olarak küçüklüğü, satış dükkanlarının bulunmaması, ışığının ve bilgi verecek gereçlerin yetersiz olması da olumsuz deneyim olarak belirlenmiştir (Sop vd., 2020). Turistlerle yapılan başka bir çalışmada ise deneyim kalitesi beş boyutta incelenirken deneyim kalitesinin turistler üzerinde belirgin etkisi olduğu gözlenmiştir (Suhartanto vd., 2020).

### 3. YÖNTEM

Tanımlayıcı türde tasarlanan araştırmada anket tekniğinden yararlanılmıştır. Tanımlayıcı araştırma genelde güncelliğİ olan problemlerin belirlenmesiyle uygulamadaki faydası gözetilerek yapılan araştırmalar şeklinde tanımlanmaktadır (Ural & Kılıç, 2013). Bu bağlamda araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. İşkenderun Teknik Üniversitesi Etik Kurul onayından geçen anket, iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcılara cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, gelir durumu, ikamet edilen il, son üç yıl içinde hangi müzeyi ziyaret ettikleri ile ilgili demografik özellikleri belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde de deneyim kalitesini ölçmeye yönelik 8 ifade bulunmaktadır. Deneyim kalitesini ölçmek için Chen ve Chen (2010) ile Kang ve Gretzel (2012) çalışmalarından yararlanılmıştır. Yararlanılan ölçek ifadeleri 8 madde ve üç boyuttan oluşmaktadır. Bunlar: Öğrenme arzusu (2 madde), kaçış duygusu (3 madde) ve eğlence (3 madde)'dir. Yanıt kategorileri içinse 5'li Likert derecelendirme (1-Kesinlikle katılmıyorum. 5-Kesinlikle katılıyorum) esas alınmıştır. Veriler Aralık 2020 - Ocak 2021 tarihleri arasında toplanmıştır. Veri toplama sürecinin pandemi dönemine denk gelmesi sebebiyle, veriler çevrimiçi olarak toplanmıştır.

Araştırmanın evrenini Hatay Arkeoloji Müzesi, Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi, şanlıurfa Göbeklitepe Örenyeri ziyaretçileri oluşturmaktadır. Örneklemini ise; Hatay Arkeoloji Müzesi, Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi, şanlıurfa Göbeklitepe Örenyeri'nden herhangi birini ziyaret eden bireyler oluşturmaktadır. Bu üç müzenin ziyaretçilerinin örneklem olarak belirlenme nedeni her bir müzenin Dünya ve Türkiye için önem arz etmesi, önemli arkeolojik eserleri içerisinde bulundurması, buldukları bölgeye turist çekmesi gibi özellikler etkili olmaktadır. Verilerin çevrim içi toplanması sebebiyle anket formunda sadece ilgili alanları son üç yılda ziyaret eden bireylerin anketi doldurmaları istenmiştir. Bu kapsamda çevrim içi ortamda verilerin kolayda örneklem yoluyla toplandığı söylenebilir. Toplamda 130 katılımcıdan geçerli veri toplanmıştır. Örnekleme sayısının yöneltilecek soruların en az on katı olmasının yeterli olabileceği önermesinden hareketle Kline (2011: 12), Altunışık vd. (2005: 137), Ural ve Kılıç (2013: 46) bu çalışma için örneklem sayısının evreni temsil edebilir sınırlar içinde olduğu söylenebilir.

Çalışma kapsamında araştırma alanı olarak Hatay Arkeoloji Müzesi, Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi, şanlıurfa Göbeklitepe Örenyeri' nin tercih edilme sebebi ise ilgili alanların Türkiye ve Dünya için önemli yere ve sıralamaya sahip olmalarıdır. Hatay Arkeoloji Müzesi Roma dönemine ait olan mimari ve diğer kalıntıları, mozaikleriyle dünyanın en büyük ikinci mozaik müzesi olduğu bilinmektedir (Dinçer, 1994). Mozaik koleksiyonu açısından dünya birincisi olma özelliğini taşımaktadır (Hatay Valiliği, 2021). Zeugma mozaiklerinin ve arkeolojik eserlerin sergilendiği dünyanın önemli müzelerinden biri olarak Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi kabul edilmektedir (Gaziantep Valiliği, 2021). Türkiye' nin kültür turizmi açısından beşeriyetin inancının ilk etkilerinin görüldüğü, kutsal tapınak sayılan yerin Göbeklitepe Örenyeri olarak bilinmektedir (Mann, 2011). Göbeklitepe insan eliyle yapılmış dünyanın en eski tapınağı özelliğine sahiptir (Schmidt, 2010:240).

Araştırmada deneyim kalitesini müzelerde ve demografik değişkenler kapsamında inceleyen çalışmalardan hareketle Falk ve Dierking (1992), Sheng ve Chen (2012), Kang ve Gretzel (2012a), Altunel (2013), Altunel (2016) deneyim kalitesinin demografik değişkenlere göre farklılık gösterebileceğine yönelik hipotezler geliştirilmiştir. İlgili hipotezler aşağıda sunulduğu gibidir.

H1: Müze deneyim kalitesi cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H2: Müze deneyim kalitesi medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H3: Müze deneyim kalitesi yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H4: Müze deneyim kalitesi eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H5: Müze deneyim kalitesi gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

### 4. BULGULAR

Araştırmada ilgili testlere geçmeden (faktör analizi, güvenilirlik ve parametrik testler) önce ölçek verileri için sapan analizi ve normallik testi yapılmıştır. Sapan analizi sonucu herhangi bir sapan değer ile karşılaşılmamıştır. Çoklu normal dağılım testine bakıldığında ise verilerin normal dağılıma (8 madde için sig: 0.05 düzeyinde kritik korelasyon katsayısı=0.955) sahip olduğu tespit edilmiştir (Kalaycı, 2010: 231). Bu işlemden sonra katılımcı özelliklerini belirlemeye yönelik frekans analizi, ölçeğin yapı geçerliliğini test edebilmek için doğrulamalı faktör analizi yapılmış ve bununla birlikte açıklanan ortalama varyans ve güvenilirlik değerlerine bakılmıştır. En son aşamada ise hipotez testleri için t-testi ve ANOVA' dan yararlanılmıştır. Tablo 1'de katılımcı özellikleri sunulmaktadır.

Tablo 1 incelendiğinde müze ziyaretçilerinin %69.2 oranla kadın, %30.8 oranla erkek katılımcı olduğu, yaş değişkeni incelendiğinde 18-29 yaş arasındakilerin %35.4 olduğu, 30-39 yaş arasındakilerin %33.1 olduğu, 40 yaş ve üstündekilerin % 31.5 orana sahip olduğu en fazla katılımın 18-29 yaş arası katılımcılar tarafından yapıldığı görülmektedir. Medeni duruma bakıldığında evlilerin %50, bekarların %50 oranında olduğu gözlenmektedir.

Eğitim durumunda ise; ilköğretim mezunları %7.7 iken, lise %9.2 lisans %67.7 lisans üstünde %15.4 görülmektedir. En fazla katılım lisans mezunlarında olmaktadır. Gelir durumunda 2021 asgari ücret düzeyi baz alınmıştır. Gelir durumunda en fazla %41.5 oranla 4828tl ve üstü gelire sahip olanlar oluşturmaktadır.

**Tablo1.** Katılımcıların Demografik Özellikleri (n=130)

Demografik Özellikler		Frekans n=130	%
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	90	69.2
	Erkek	40	30.8
<b>Yaş</b>	18-29yaş	46	35.4
	30-39yaş	43	33.1
	40yaş ve üstü	41	31.5
<b>Medeni Durum</b>	Evli	65	50
	Bekar	65	50
<b>Eğitim Durumu</b>	İlköğretim	10	7.7
	Lise	12	9.2
	Lisans	88	67.7
	Lisans üstü	20	15.4
<b>Gelir Durumu</b>	2825tl ve altı	19	14.6
	2826tl-3826tl	25	19.2
	3827-4827tl	32	24.6
	4828tl ve üstü	54	41.5

Katılımcıların ikametgahınız sorusuna verdiği yanıtlarda en fazla %48.5 oranla Hatay kentinin olduğu, %7.7 ile Konya, %7.7 ile Şanlıurfa, %5.4 ile Ankara ve %28.4 ile diğer illerde yaşayanlar oluşturmaktadır. Yurt dışında yaşayan katılımcıların oranı %2.3 olmaktadır.

Son üç yıl içinde hangi müzeyi ziyaret ettiniz? Sorusuna verilen yanıtlarda %41.5 ile Hatay Arkeoloji Müzesi, %34.6 Göbeklitepe Örenyeri' nin, %23.8 ile Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi görülmektedir. En fazla ziyaretin Hatay Arkeoloji Müzesi' ne gerçekleştiği söylenebilir.

Analiz aşamasının bu kısmındaki amaç, yapı geçerliliğini sağlamaya yönelik, ölçek maddelerinin, ölçülmek istenen yapıyı ölçüp ölçmediğini doğrulamak ve ilişki yapılarını test ederek ayırt edici geçerliliği sağlayıp sağlamadığını belirlemektir. Bu amaçtan hareketle ölçme modelinde yer alan ölçeklere doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. Bu sayede ölçeklerin, ilişki yapıları, ortalama açıklanan varyansları, yakınsak (convergent) geçerliliğinin sağlandığını gösteren yapı güvenilirliği (composite reliability) ve ayırt edici geçerliliği (discriminant validity) değerlendirilmiştir (Fornell ve Lacker, 1981).

Doğrulayıcı faktör analizi gözlenen değişkenlerin ölçülmek istenen yapıya (gizil değişken) ait olup olmadığını, yapısal eşitlik modellerinin beklenen ve gözlenen değişkenlerin, t-testi anlamlılık değerleri ve regresyon katsayıları ile açıklamaya çalışmaktadır (Şimşek, 2007:5).

Ölçme modeline ait standardize çözümlenme değerlerinin 0.50 altında olmaması ölçme modelinin kabul edilmesinde önemli bir gösterge olarak kabul edilmektedir (Fornell ve Larcker, 1981:46). Aynı zamanda gözlenen değişkenlerin t-değerlerinin 0.05 anlam düzeyinde 1.96'dan büyük olması gerekmektedir (Jöreskog ve Sörbom, 1993:107). Gerçekleştirilen analiz sonucunda (birinci faktör olarak ölçülen Öğrenme Arzusu (OA) iki madde; Kaçış Duygusu üç madde (KD); Eğlence üç madde (EG) her boyutu ölçen maddelere ilişkin standardize katsayıların 0.50'nin üzerinde değer verdiği ve t-değerlerinin ise 1.96'dan büyük olduğu gözlenmiştir. Bu bağlamda ölçme modelinin istatistiksel açıdan anlamlı (>1.96) ve kabul edilebilir (>0.50) olduğu söylenebilir (p<0.001). Doğrulayıcı faktör analizine ilişkin bulgular Tablo 2'de sunulmuştur.

**Tablo 2.** Müze Deneyim Kalitesi Alt Boyutlarına İlişkin Açıklanan Ortalama Varyans (AOV) ve Güvenilirlik Değerleri

Yapılar	Maddeler	Faktör Yüğü	t-değeri	AOV	Güvenilirlik*
<b>OA</b>	OA1	0.87	11.77	0.71	0.83
	OA2	0.82	10.75		
<b>KD</b>	KD1	0.73	8.76	0.56	0.78
	KD2	0.81	10.04		
	KD3	0.69	8.11		
<b>EG</b>	EG	0.65	8.14	0.69	0.87
	EG	0.93	13.54		
	EG	0.88	12.37		

\*CR- Composite Reliability- Bileşik Güvenilirlik

Tablo 2’den hareketle yakınsak (convergent) geçerlilik için gerekli görülen açıklanan ortalama varyans (AOV) değerlerinin 0.50’nin; güvenilirlik katsayılarının ise 0.70’in üzerinde ve AOV değerlerinden büyük olması gerekmektedir (Hair vd., 2010: 664). Tablo incelendiğinde AOV değerlerinin, tüm yapılar için gerekli kriteri sağladığı görülmektedir. En yüksek güvenilirlik katsayısı 0.87 (Eğlence (EG)) iken en düşük katsayı 0.78’dir (Kaçış Duygusu). Bu bağlamda güvenilirlik katsayıları dikkate alındığında, tüm yapılar için gerekli kriteri sağladığı görülmektedir.

Ölçme modeline ait standardize değerlerin ve t-değerlerinin kabul edilebilir sınırlar içerisinde olması, modelin bir bütün olarak kabul edilmesinde gereklidir ancak yine de tek başına yeterli olmayabilir. Bu nedenle uyum iyiliklerinin de dikkate alınması gerekli olmakla birlikte belirli sınırlarda olması istenilir.  $X^2 / df$ ’nin 2’nin altında olması iyi bir modeli, 5’in altında olması ise kabul edilebilir bir modeli işaret etmektedir (Hair vd., 2010: 645). Buna göre ölçme modelinde  $X^2=40.03$  ve  $df=17$  olmasına bağlı olarak  $X^2/df=2.35$  değeri modelin kabul edilebilir sınırlar içinde olduğunu göstermektedir. Yaklaşık hataların karekökü anlamına gelen RMSEA (Root Means Square Error of Approximation) değeri, diğer bir önemli uyum iyiliği olmakla birlikte örneklem sayısına duyarlılığı da olabilmektedir (Schumacher ve Lomax, 2004). Bu değer 0.06 – 0.08 aralığında olması ise modellerin iyi uyuma sahip olduğunu gösterir (Çokluk vd., 2012:269-271). Ölçeğin RMSEA uyum iyiliğinin 0.10 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin diğer uyum iyiliklerini karşıladığı ve RMSEA’ nın örnekleme duyarlılığı olduğu (n=130) göz önüne alındığında modelin kabul edilebilir uyuma sahip olduğu söylenebilir.

Ölçme modelinin kabul edilebilir olup olmadığını belirleyen bahsi geçen uyum iyiliklerinin yanı sıra, analiz sonucu baz alınan bazı uyum iyilikleri bulunmaktadır. Bu uyum iyilikleri ve kriterleri ve model sonuçları Tablo 3’te gösterilmiştir. Tablo incelendiğinde uyum iyiliklerine ilişkin değerlerin kabul edilebilir sınırlarda olduğu ve ölçme modelinin de kabul edilebilir ve anlamlı bir model olduğu söylenebilir ( $p<0.001$ ).

**Tablo 3.** Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İndeksi Kriterleri ve Analiz Sonuçları

Uyum İyilikleri	Kriter	Kabul Noktası	Model Sonucu
<b>SRMR</b>	$\leq 0.08$	İyi Uyum	0.058
<b>NNFI</b>	$\geq 0.90$	İyi uyum	0.96
<b>NFI</b>	$\geq 0.90$	İyi uyum	0.96
<b>CFI</b>	$0.95 \leq$ $\leq 1.00$	Mükemmel Uyum	0.98

Kaynak: Hair ve diğerleri, 2010:640-646; Çokluk ve diğerleri, 2012:269-272

Modelde yer alan yapıların ayırt edici (discriminant) geçerliliği sağladığını gösteren değerler Tablo 4’te yer almaktadır. Önerildiği üzere, her bir yapının açıklanan ortalama varyans değerinin karekökü, paylaşılan ilişki katsayılarından büyük olmalıdır (Hair vd., 2010:679).

**Tablo 4.** Ayırt Edici Geçerlilik

	OA	KD	EG
<b>OA</b>	0.85 <sup>a</sup>		
<b>KD</b>	0.60 <sup>***</sup>	0.94 <sup>a</sup>	
<b>EG</b>	0.90 <sup>***</sup>	0.72 <sup>***</sup>	0.94 <sup>a</sup>

<sup>a</sup> AOV değerlerinin karekökü \*\*\* $p<0.001$

Tablo 4 incelendiğinde her bir yapının diğer bir yapıyla paylaşmış olduğu ilişki katsayılarının AOV değerleri karekökünden daha düşük olduğu görülmektedir. Buna göre, müze deneyim kalitesi alt boyutlarının ayırt edici geçerlilik kriterlerini sağladığı söylenebilir.

Araştırmanın hipotez testi aşamasında, öncelikle H1 hipotezi ve H2 hipotezini test etmek için Bağımlı İki Örnek T-Testi’nden (Paired-Samples T-Test) yararlanılmıştır. Bağımsız İki Örnek T-Testi, iki farklı örneklem grubunun ortalamalarını karşılaştırır. Bir diğer ifadeyle T-testinde iki grubun sürekli olan değişken üstünden almış oldukları değerler karşılaştırılmakta ve test edilmektedir (Seçer, 2015). T-testi sonuçlarına göre, deneyim kalitesi boyutları ile cinsiyet ve medeni durum arasında anlamlı bir farklılık olmadığı gözlenmiştir ( $p>0.05$ ). İlgili tespitlerden hareketle H1 ve H2 hipotezleri reddedilmiştir.

ANOVA üç veya daha fazla seviyesi olan bağımsız değişkenin, bağımlı değişken üstündeki etkiyi gözlemlenmesinde kullanılmaktadır (Akbulut, 2011). H3, H4, H5 hipotezlerinin testi için ANOVA’ dan yararlanılmıştır. ANOVA sonuçlarından hareketle deneyim kalitesi boyutlarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği test edilmiştir. İlgili test sonucuna paralel olarak H3 hipotezi reddedilmiştir. H4, hipotezini test etmek amacıyla yapılan test sonuçlarına göre deneyim kalitesini öğrenme arzusu boyutunun eğitim durumuna göre bir farklılık göstermediği belirlenmiştir. Diğer taraftan deneyim kalitesinin diğer boyutları olan kaçış duygusu ve eğlence boyutunun eğitim durumuna göre farklılık gösterdiği görülmüştür. Analiz sürecinde eğitim durumuna

göre karşılaştırmalı hipotez testine gidebilmek için örneklem sayılarının birbirine yakın olması adına ilköğretim ve lise mezunları birlikte değerlendirilmiştir. İlgili bulgular Tablo 5’te sunulmuştur.

**Tablo 5.** Deneyim Kalitesinin Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması

Boyutlar	Eğitim Durumu	N	Ortalama Farklılık	Std.	F	P	
<b>Kaçış Duygusu</b>	İlköğretim	Lisans	88	.68106*	.16191	2.060	0.03
		Lisans Üstü	20	.80000	.28974		
	Lise Mezunu	İlköğretim Lise	22	-.68106*	.16191		0.03
		Lisans Üstü	20	.11894	.27088		
<b>Eğlence</b>	İlköğretim	Lisans	88	.34470*	.10012	2.508	.011
		Lisans Üstü	20	.73333	.29873		
	Lise Mezunu	İlköğretim Lise	22	-.34470*	.10012		.011
		Lisans Üstü	20	.38864	.29691		

Tablo 5’e göre kaçış duygusu boyutu ile ilgili sonuçlar incelendiğinde, ilköğretim ve lise mezunlarının lisans mezunlarına göre ( $p=0.03$ ;  $p<0.05$ ) anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Eğlence boyutu ile ilgili sonuçlar incelendiğinde ise lisans mezunlarının ( $p$  değeri=  $0.11$ ;  $p<0.05$ ) ilköğretim ve lise mezunlarına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği bulgulanmıştır. Bu bulgulara göre H4 hipotezinin kabul edildiği söylenebilir.

Deneyim kalitesinin gelir durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini, bir diğer ifadeyle H5 hipotezini test etmek için yapılan ANOVA bulgularına göre, deneyim kalitesi alt boyutlarının gelir durumu ile anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir. Bu bulgudan hareketle H5 hipotezinin reddediği söylenebilir.

## 5. SONUÇ

Bu araştırmada Arkeoloji Müzesi, Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi ve Şanlıurfa Göbeklitepe Örenyeri ziyaretçilerinin deneyim kalite algıları üzerinde durularak, deneyim kalitesi öğelerinin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Genel anlamda değerlendirildiğinde ziyaretçilerin olumlu bir deneyim yaşadıkları görülmektedir. Müze deneyimini inceleyen çalışmalardan hareketle geliştirilen hipotezlerden ise sadece H4 hipotezi kabul edildiği söylenebilir. Bu bulguya göre eğitim durumu değişkeninin müze deneyim kalitesini olumlu anlamda etkileyen bir değişken olduğu belirlenmiştir. Ancak deneyim kalitesi boyutlarından öğrenme arzu öğesinin eğitim durumuna göre farklılık göstermediği bulgulanmıştır. Dolayısıyla deneyim kalitesi bir model olarak düşünüldüğünde, eğitim durumunun model üzerinde anlamlı bir farklılık gösterdiği, ancak eğitimin durumunun bunlardan sadece kaçış duygusu ve eğlence algısı bakımından farklılık gösterdiği söylenebilir. Bu bağlamda kaçış duygusu ve eğlence algısı ile ilgili sonuçlar incelendiğinde her iki boyutta da ilköğretim ve lise mezunları ile lisans mezunları arasında anlamlı bir farklılık olduğu gözlenmiştir.

Kültür turizminin vazgeçilmezlerinden sayılan müzelerin şehirlere ziyaretçi çektiği bilinmektedir. İnsanlığın geçmişini gözler önüne getiren müzeler gelecekle de bağın oluşmasına aracı olabilmektedir. Müzeler sunduğu hizmetlerle, eserleri sergileyip korumasıyla, ziyaret edenlerin eski zamanlarda adeta yolculuk yaptırmaktadır. Aynı zamanda insanların yakınlarıyla buluştuğu, hediyeler satın aldığı yerler olarak yaşamın içinde varlığını hissettirmektedir (Altunbaş & Özdemir, 2012). İnsanların geçmişe duyduğu merak müzeleri çekici hale getirmektedir. Turizm organizasyonların da şehirleri hem cazip hale getirmekte hem de şehirlerin markalaşmasına katkı sağlamaktadır (Kervankiran, 2014). Şehrin markalaşmasında rol oynayan müzeleri gezme deneyiminin de ayrıca öğrenmeye etkisi söz konusu olmaktadır. Öğrenme her yaşta devam ettiğinden müzelerde bilgili bir bakış, kültür odaklı bir gezi gerçekleştirilebilir. Müze deneyimini yaşayan ziyaretçilerde, kültürel anlamda bilgi edindiği için öğrenme her daim söz konusu olabilmektedir. Bulgularda müze deneyimindeki öğrenme arzusu boyutunun yeterli düzeyde olduğu görülmekle birlikte, personelin yeterli iletişime sahip olduğu, tasarımın ve eserlerin uyumlu olduğu gözlenmektedir. Benzer sonuçlar Sop vd., (2020) çalışmasında da görülebilmektedir. Araştırmada deneyim kalitesi üç boyutta literatüre uygun biçimde incelenmiştir. Altunel’ in (2013) çalışmasıyla benzer bulgular elde edilmiştir. Kaçış duygusu ve eğlence boyutlarının eğitim durumuna göre anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Demografik değişkenlere bakıldığında sadece eğitim durumunda anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bu anlamlı farklılık Sezgin, vd. (2011); Dirsehan, (2011) çalışmalarıyla örtüşmektedir. Cinsiyette ve medeni duruma bakıldığında ise anlamlı bir farklılık görülmemektedir. Benzer sonuçlar Falk ve Dierking, (1992); Sheng ve Chen, (2012) araştırmalarıyla paralellik göstermektedir. Gelir durumunda ve yaş değişkeninde anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir. Bu sonuçlar Altunel ve Günlü’ nün (2015) çalışmalarıyla desteklenmektedir. Hatay Arkeoloji Müzesi, Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi ve Şanlıurfa Göbeklitepe Örenyeri’ nin ziyaretçilerinin demografik özellikleri incelenmiş ve deneyim kalite düzeyleri belirlenmiştir. Literatürü destekleyici bulgular elde edilmiş Chen ve Chen (2010); Altunel (2013) ve deneyimin olumlu biçimde gerçekleştiği sonucuna ulaşılabilmektedir.



Araştırmada veri toplama süreci pandemi nedeniyle internet ortamında gerçekleşmiştir. Anketlerin pandemi riski, zaman gibi nedenlerle internet üzerinden yapılması araştırmanın kısıtlılıklarını oluşturmuştur. Uriely' in (2005: 212) farklı müzelerdeki müze ziyaretçilerinin incelenebileceği önerisi doğrultusunda deneyimi incelemek isteyen araştırmacılara başka illerdeki sanat müzelerini ziyaret eden bireylerin deneyimlerinin incelenmesi önerilebilir.

## TEŞEKKÜR

Bu araştırma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

## MENFAAT UYUŐMAZLIđI

Yazarların, herhangi bir kurum ya da kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi ya da katılımı (hibe; eğitim bursları; konuşmacı bürolarına katılım; üyelik, istihdam, danışmanlıklar, hisse senedi sahipliği veya diğer öz zkaynak payları; ve uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

## YAZARLARIN KATKILARI

G.E.: Kavramsallaştırma, Yazın taraması, Yöntem, Veri Toplama, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Proje Yönetimi, Danışmanlık, Nihai onayın verilmesi.; N..: Kavramsallaştırma, Yazın taraması, Yöntem, Veri Toplama, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Proje Yönetimi, Danışmanlık, Nihai onayın verilmesi.

## ETİK BEYAN

Bu araştırma, 26/01/2021 tarih ve 13 sayı ile İşkenderun Teknik Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Kararı ile etik olarak onaylanmıştır.

## KAYNAKÇA

- Aho, S. K. (2001). Towards a general theory of touristic experiences: Modelling experience process in tourism. *Tourism Review*, 56 (3, 4), 33-37.
- Akbulut, Y. (2011). *Sosyal bilimlerde spss uygulamaları*. İdeal Yayıncılık.
- Albrecht, K., & Zemke, R. (2002). *Servio ao cliente – a reinveno da gesto do atendimento ao*. Editora Campus.
- Alparslan, C., & Alparslan, . (2019). *Bir mirasın yönetim merkezi olarak müze*. Gazi Kitabevi.
- Altunbaş, A., & zdemir, . (2012). Çağdaş müzecilik anlayışı ve ülkemizde müzeler. *Mesleki/bilimsel çalışmalar ve yayınlar*, 1-24. <https://teftis.ktb.gov.tr/Eklenti/4655,makale.pdf>
- Altunel, M. C., & Günlü, E. (2015). Deneyimleme kalitesi, algılanan değer ve memnuniyetin müze ziyaretçilerinin tavsiye etme eğilimi üzerindeki etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26 (2),191-206.
- Altunel, M. C. (2013). *Turistlerin beklenti ve deneyimleme kalitesinin tavsiye etme kararına etkisi: Müze ziyaretçileri üzerine bir araştırma*. (Tez No. 337575) [Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Altunel, M. C. (2016). Öznel zindeliğin deneyimleme kalitesi üzerindeki etkisinde ilgilenimin ara değişken rolünün incelenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15 (29), 335-347.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroglu, S., & Yıldıırım, E. (2005). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. (4. Baskı). Sakarya Kitabevi.
- Atınc, S., & Karadeniz, ř. (2011). Yeni bir kültürel konsept: Edebiyat müze kütüphaneleri. *Türk Kütüphaneciliği*, 25 (4), 519-530.
- Brida, J.G., Disegna, M., & Vachkova, T. (2013). Visitor satisfaction at the museum: İtalian versus foreign visitors. *Bemps – Bozen Economics & Management Paper Series*, 2, 1-25.
- Cengiz, E. (2006). Müze pazarlaması: Pazarlama karması elemanlarının müzelere uyarlanması. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(1), 87-108.
- Chang, T.-Y., & Horng, S.-C. (2010). Conceptualizing and measuring experience quality-the customer's perspective. *The Service Industries Journal*, 30(14), 2401-2419.
- Chen, C. F., & Chen, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31 (1), 29-35.
- okluk, ., şekercioğlu, G., & Bykztrk, ř. (2012). *Sosyal bilimler için ok değişkenli istatistik: Spss ve lisrel uygulamaları*. Pegem.
- Cole, S., & Scott, D. (2004). Examining the mediating role of experience quality in a model of tourist experience. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 16 (1), 79-90.
- De Rojas, C., & Camarero, C. (2008). Visitor's experience, mood and satisfaction in a heritage context- evidence from an interpretation center. *Tourism Management*, 29 (3), 525-537. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.004>

- Debenetti, S. (2003). Investigating the role of companions in the art museum experience. *International Journal of Arts Management*, 5 (3), 52-63.
- Demir, Z. S. (2013). Halk bilimi müzeciliğinde deneysel yaklaşımlar: Yaşayan müze. *Electronic Turkish Studies*, 8 (9), 1111-1125.
- Diñçer, M. (1994). *Hatay ilinde turizm sektörü ve gelişme alanları. Hatay ilinin ekonomik kalkınması*. Hatay Valiliği İktisadi Araştırmalar Vakfı.
- Dirsehan, T. (2011). *Romantic movement in marketing: The effects of customer experiences on post experience dimensions from the museum perspective*. (Tez No. 291393) [Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Dodd, T. H., Laverie, D. A., Wilcox, J. F., & Duhan, D. F. (2005). Differential effects of experience, subjective knowledge and objective knowledge on sources of information used in consumer wine purchasing. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 29 (1), 3-19.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (1992). *The museum experience*. Howells House.
- Fick, G. R., & Ritchie, J. B. (1991). Measuring service quality in the travel and tourism industry. *Journal of Travel Research*, 30 (2), 2-9.
- Fleming, D. (2005). *Creative space. Reshaping museum space. Architecture, design, exhibitions*. S. Macleod (Ed.), (pp. 53-61) Published by Routledge.
- Fornell, C. R., & Lacker, D. F. (1981). Two structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research* 18 (1), 39-50.
- Gaziantep Valiliği. (2021, Ocak 26). *Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi*. Gaziantep. <http://www.gaziantep.gov.tr/gaziantep-turizm>
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. B. (2009). *Tourism: Principles, practices*. Philosophies. Wiley.
- Goulding, C. (2000). The museum environment and the visitor experience. *European Journal of Marketing*, 34 (3-4), 261-278.
- Güzel F. Ö., Şahin İ., & Yetimoğlu S., (2015). Düşünsel deneyim boyutu kapsamında kültür bilinci oluşturma aracı olarak müze ziyaretleri ve ziyaret sonrası davranışlara etkisi. *Akademik Bakış Dergisi*, 49, 562-580.
- Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. (7th ed.). Prentice Hall.
- Hatay Valiliği. (2021, Ocak 26). *Hatay Arkeoloji Müzesi*. Hatay. <http://www.hatay.gov.tr/arkeoloji-muzesi>
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 9 (2), 132-140.
- Jansen-Verbeke, M. & Rekom, V. C. (1996). Scanning museum visitors: Urban tourism marketing. *Annals of Tourism Research*, 23 (2), 364-375.
- Jennings, G. (2006). *Perspectives on quality tourism experiences: An introduction*. G. Jennings, & N. P. Nickerson (Eds.), Quality Tourism Experiences (pp. 1-15). Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Jöreskog, K. G., & Sörbom, D. (1993). *Lisrel 8: User's guide*. Scientific Software.
- Kalaycı, Ş. (2010). Spss uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri. (5. Baskı). Asil.
- Kandemir, Ö., & Uçar, Ö. (2015). Değişen müze kavramı ve çağdaş müze mekanlarının oluşturulmasına yönelik tasarım girdileri. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (2), 17-47.
- Kang, M., & Gretzel U. (2012a). Effects of podcast tours on tourist experiences in a national park. *Tourism Management*, 33 (2), 440-455.
- Kang, M., & Gretzel, U. (2012b). Perceptions of museum podcast tours: effects of consumer innovativeness, internet familiarity and podcasting affinity on performance expectancies. *Tourism Management Perspectives*, 4, 155-163.
- Karadeniz, C. (2017). Müze ve toplum: Müzeyle topluma ulaşmak. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6 (8), 19-37.
- Kervankiran, İ. (2014). Dünyada değişen müze algısı ekseninde Türkiye'deki müze turizmine bakış. *Electronic Turkish Studies*, 9 (11), 345-369.
- Kim, J. H., & Ritchie, J. R. B. (2014). Cross-cultural validation of a memorable tourism experience scale (MTES), *Journal of Travel Research*, 53 (3), 323-335. <https://doi.org/10.1177/0047287513496468>
- Kline, R., B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling*. (3rd ed.). Guilford Publications.
- Kurulgan, M., & Bayram, F. (2018). Müzelerde algılanan hizmet kalitesi boyutları: Anadolu üniversitesi eğitim karikatürleri müzesi'nde bir inceleme, *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 22 (2), 375-410.
- Lewis, R. C., & Chambers, R. E. (2000). *Marketing leadership in hospitality*. John Wiley.
- Lynch, B. (2013). *Through the looking glass: Changing social relations in the museum*. Janes, R. R. (Ed.), *Museums and the Paradox of Change*, (3rd ed., ss.216-225). Routledge.
- Maktal Canko, D. (2014). *Müzeler, oyunlar, oyuncaklar ve çocuklar*. Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.
- Mann, C. C. (2011). *The birth of religion*. The world's first temple in national geographic. Dc June.
- Mannell, R. C., (1984), A psychology for leisure research. *Leisure and Society*, 7 (1), 13- 21.
- Moon, H., & Han, H. (2019). Tourist experience quality and loyalty to an island destination: The moderating impact of destination image. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(1), 43-59. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1494083>

- Moorhouse, N., Tom Dieck, M.C., & Jung, T. (2019). An experiential view to children learning in museums with augmented reality. *Museum Managament and Curatorship*, 34 (4), 402-418.
- Moscardo, G. (1996). Mindful visitors: Heritage and tourism. *Annals of Tourism Research*, 23 (2), 376-397.
- Oh, H., Fiore, A. M., & Jeoung, M. (2007). Measuring experience economy concepts: Tourism applications. *Journal of Travel Research*, 46 (2), 119-132.
- Oral, S., & Çelik, A. (2013). Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin estetik deneyimleri üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5 (4), 170-190.
- Otto, J. E., & Ritchie, J. B. (1996). The service experience in tourism. *Tourism Management*, 17 (3), 165-174.
- Özer, Ö., Avcı, U., & Sop, S. A. (2014). *İnanç turizmi ziyaretçilerinin müze memnuniyetlerine ilişkin değerlendirme*. Y. Bilim & Ö. Özer (Eds.), *İnanç Turizmi Seçme Konular* (ss.133-156). Çizgi.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy work is theatre & every business a stage*. Harvard Business School Press.
- Prentice, R. (1996). Managing implosion: The facilitation of insight through the provision of context. *Museum Management and Curatorship*, 15 (2), 169-185.
- Radder, L., & Han, X. (2015). An examination of the museum experience based on Pine and Gilmore's experience economy realms. *Journal of Applied Business Research*, 31 (2), 455-470.
- Robnette, S., & Brand, C. (2001). *Emotion marketing: The hallmark way of winning customers for life*. McGraw Hill.
- Schmidt, K. (2010). Göbekli Tepe—the stone age sanctuaries. New results of ongoing excavations with a special focus on sculptures and high reliefs. *Documenta Praehistorica*, 37, 239-256.
- Schumacher, R., & Lomax, R. (2004). *A beginner's guide to structural equation modelling*. (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Seçer, İ. (2015). *Spss ve lisrel ile pratik veri analizi analiz ve raporlaştırma*. Anı.
- Sezgin, M., Haşılıoğlu, B., & İnal, E. (2011). Müze pazarlamasında müşteri ilişkileri ve deneyimleri üzerine bir araştırma. *Zkü Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(13), 201-220.
- Sheng, C. W., & Chen, M. C. (2012). A study of experience expectations of museum visitors. *Tourism Management*, 33 (1), 53-60.
- şimşek, Ö. F., (2007). *Yapısal eşitlik modellemesine giriş temel ilkeler ve lisrel uygulamaları*. Ekinoks.
- Sop, S. A., Ongun, U., & Abalı, R. (2020). Müze deneyimini etkileyen unsurlar: Çevrimiçi yorumlar üzerine nitel bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (2), 1123-1138.
- Suhartanto, D., Brien, A., Primiana, I., Wibisono, N., & Triyuni, N. N. (2020). Tourist loyalty in a creative tourism: The role of experience quality, value, satisfaction and, motivation. *Current Issues in Tourism*, 23 (7), 867-879. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1568400>
- Trinh, T. T., & Ryan, C. (2013). Museums, exhibits and visitor satisfaction: A study of the cham museum, danang, Vietnam. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 11 (4), 239-263.
- Türk Dil Kurumu. (2020, Aralık 22). *Deneyim*. Sözlük. <https://sozluk.gov.tr/>
- Ural, A., & Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel araştırma süreci ve spss ile veri analizi*. (4. Baskı). Detay Yayıncılık.
- Uriely, N. (2005). The tourist experience: Conceptual developments. *Annals of Tourism Research*, 32 (1), 199-216.
- 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.
- Weil, S. E. (2004). *Rethinking the museum: An emerging new paradigm. reinventing the museum: Historical and contemporary perspectives on the paradigm shift*. Gail Anderson (Ed.). (ss. 74-79) Altamira Press.
- Yumuk, Y., & Koçoğlu, C. M. (2020). Müzelerde çocuklara yönelik uygulamaların ziyaretçi deneyimi kapsamında değerlendirilmesi: *Sivas arkeoloji müzesi*. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (4), 3964-3975.

## **EXTENSIVE SUMMARY**

### **Introduction**

One of the places promoting cultural heritage are museums. In addition to preserving the this culture heritage, museums are recognized as one of the places that can benefit the public, who can research and provide information to their visitors, provide entertainment and business experience. For this reason, museums are seen as one of the important attraction elements of the destination in tourism. However, the museum management has some responsibilities in order to increase the number of visitors to these places, which are indispensable for destinations. It can be said that the most general of these responsibilities is the effort to provide all kinds of services to the museum visitors to have a positive experience after the trip. The quality of museum visitor experiences is very important in terms of museum presentation. The museum management, which offers an unforgettable museum experience, can easily observe an increase in the number of visitors with repeat tourists. In this study, by focusing on the experience quality perceptions of museum visitors, it was examined whether the elements of experience quality differ according to demographic characteristics. The aim of this study is; It is the examination of museum visitor experiences according to demographic characteristics. In this context, visitors to Hatay Archeology Museum, Gaziantep Zeugma Museum and Şanlıurfa Göbeklitepe Ruins, where archaeological artifacts are exhibited, were included in the study in order to meet the relevant purpose. Since the museum visitor experiences are handled in terms of museum visitors exhibiting archaeological artifacts and there is a limited number of studies on archaeological museums, it is thought that the research will contribute to the literature and guide future research.

### **Methods**

In this study, the experience quality perceptions of museum visitors were examined. It has been investigated whether the factors of experience quality cause a change according to demographic characteristics. The research was designed in a descriptive type and the questionnaire technique was used for the data collection tool. The data collection process was initiated by obtaining the approval of Iskenderun Technical University Ethics Committee for the developed questionnaire. The data were collected between December 2020 and January 2021. The questionnaire consists of two parts. In the first part, there are questions to examine the demographic characteristics of the participants, and in the second part to measure the quality of experience. Experience quality was measured with 8 items. The quality of experience scale in the studies of Chen and Chen (2010) and Kang and Gretzel (2012) was used. The scale includes 8 items and three dimensions. It has been rated with 5-point Likert (1-Strongly disagree. 5-Absolutely agree). Visitors to any of the Hatay Archeology Museum, Gaziantep Zeugma Museum, Şanlıurfa Göbeklitepe Ruins constitute the sample of the study. The reason for choosing Hatay Archeology Museum, Gaziantep Zeugma Museum, Şanlıurfa Göbeklitepe Ruins as a sample is; that the relevant museums are in an important place and rank in archaeological terms in Turkey and in the world. Because of the pandemic conditions during the data collection period, the participants who visited any of the museums in the last three years were surveyed online using the easy sampling technique and data were obtained from 130 participants. Within the scope of the research, five hypotheses were developed considering that the quality of experience may differ according to demographic variables.

### **Finding**

In the research, firstly, slingshot analysis and multiple normal distribution tests were performed. No deviating value was observed, and it was determined to have a normal distribution. As a result of the frequency analysis, it was determined that there was no missing data. In the frequency analysis, it is seen that the participants who participated in the survey by gender were the most women with 69.2%, the highest participation in the age variable was between the ages of 18-29 with 35.4%, and the marital status variable was observed that married and single people participated equally. While the highest participation in the educational status variable is at the level of graduates with 67.7%, the highest participation rate in the income variable is 41.5% with an income of 4828 TL and above.

While the highest percentage of respondents' answers to the question of your residence was from the city of Hatay, Hatay Archeology Museum was the most visited museum in the last three years. As a result of the confirmatory factor analysis made on the quality of experience, it was determined that it consists of three dimensions: desire to learn, sense of escape and entertainment. Statistical significance ( $> 1.96$ ) and acceptability ( $> 0.50$ ) are seen in the measurement model ( $p < 0.001$ ). When the explained average variance and reliability levels of the experience quality sub-dimensions are examined, it is seen that they provide a suitable condition for the standard. The t values in the model are also at an acceptable level. Considering that the scale meets the goodness of fit and RMSEA has sampling sensitivity ( $n = 130$ ), it can be said that the model has an acceptable level of fit. When the differential validity is examined, it is seen that the correlation coefficients shared by each structure with another structure are lower than the square root of AOV values. Accordingly, it can be said that the sub-dimensions of museum experience quality meet the discriminating validity criteria.

In the hypothesis testing phase of the research, firstly, the Dependent Two-Sample T-Test (Paired-Samples T-Test) was used to test the H1 hypothesis and the H2 hypothesis. According to the results of the t-test, it was observed that there was no significant difference between the dimensions of experience quality and gender and marital status ( $p > 0.05$ ). Based on the relevant findings, the H1 and H2 hypotheses were rejected. ANOVA was used to test the H3, H4, H5 hypotheses. Based on the ANOVA results, it was tested that the quality of experience dimensions did not differ significantly according to the age variable. In line with the related test result, the H3 hypothesis was rejected. According to the results of the test conducted to test the H4 hypothesis, it was found that the dimension of desire to learn the quality of experience does not differ according to education level. On the other hand, it was found that the other dimensions of experience quality, the sense of escape and the entertainment dimension, differ according to the educational status. In the analysis process, primary and high school graduates were evaluated together in order to have a comparative hypothesis test according to their education level in order to have close sample numbers. According to the analysis of the educational status variable, when the results about the sense of escape dimension were examined, it was determined that primary and high school graduates showed a significant difference compared to undergraduate graduates ( $p = 0.03$ ;  $p < 0.05$ ). When the results about the entertainment dimension were examined, it was found that undergraduate graduates ( $p$  value = 0.11;  $p < 0.05$ ) showed a significant difference compared to primary and high school graduates. According to these findings, it can be said that the H4 hypothesis is partially accepted. According to the ANOVA findings made to test the H5 hypothesis, it was determined that the sub-dimensions of the experience quality did not differ significantly with the income status. Based on this finding, it can be said that the H5 hypothesis is rejected.

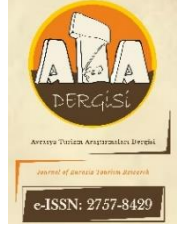
### **Conclusion**

When it is evaluated in general terms, it is seen that the visitors have a positive experience. It can be said that only the H4 hypothesis is accepted among the hypotheses developed based on the studies examining the museum experience. According to this finding, it was determined that the educational level variable is a variable that positively affects the quality of museum experience. However, it was found that the desire to learn element, one of the dimensions of experience quality, does not differ according to education level. Therefore, when the quality of experience is considered as a model, it can be said that the educational status shows a significant difference on the model, but the state of education differs only in terms of the sense of escape and the perception of entertainment. In this context, when the results regarding the sense of escape and the perception of entertainment were examined, it was observed that there was a significant difference between primary and high school graduates and undergraduate graduates in both dimensions. Findings which supporting the literature were obtained and it was concluded that the experience was realized in a positive way.

Dergi Anasayfası: [ATA Dergisi](#)

# Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi

## Journal of Eurasia Tourism Research

Journal Homepage: [JETouR](#)

### Hobilerin Rekreasyon Etkinliği Olarak Değerlendirilmesi

#### Doing Hobbies as Recreational Activities

Halil İbrahim KARAKAN<sup>1,\*</sup><sup>1</sup>PhD, Independent Researcher, Gaziantep, Turkey

#### MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Makale Süreci:

Gönderim : 19 Mayıs 2021  
 Düzeltilme : 21 Mayıs 2021  
 Kabul : 29 Mayıs 2021  
 Yayınlanma : 10 Temmuz 2021

Anahtar Kelimeler:

Rekreasyon  
 Hobi  
 Boş zaman etkinlikleri  
 Turizm  
 Motivasyon

#### Ö Z

Kalabalık şehirlerin stresi, yoğun iş temposu, gibi sebeplerle sağlıklı olmak ve kişisel gelişim sağlamak gibi amaçlarla insanlar çeşitli hobiler edinmektedirler. Hobiler de, tıpkı rekreasyon etkinlikleri gibi insanların gerçek uğraşları dışında boş zamanlarını kaliteli bir şekilde değerlendirmek amacıyla yaptıkları etkinlikler olduğundan rekreasyon faaliyetlerinin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacı, hobilerin rekreasyon faaliyetleri içerisindeki önemini ortaya koymak ve insanları hobilere yönelik rekreasyon etkinliklerine iten güdüleri belirlemektir. Derinlemesine bilgi sağlamak amacıyla, çalışmada yöntem olarak nitel araştırma desenlerinden fenomenoloji tercih edilmiştir. Bu kapsamda Türkiye'nin tüm bölgelerini kapsayacak şekilde, bu bölgelerin büyük kentlerinde yaşayan 49 kişiyle görüşülmüştür. Bu kişilerin içinden 15 tanesinin düzenli olarak hobi uğraşı edindiği tespit edilmiştir. Hobi etkinliklerinin daha çok İzmir, İstanbul ve Antalya gibi turistik kentlerde yaygın olarak yapıldığı anlaşılmıştır. Katılımcıları hobi odaklı rekreasyon etkinliklerine iten en önemli güdülerin; eğlenme, spor yapma, iyi hissetme ve sağlıklı olma güdüleri olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların daha çok sanatsal etkinlikler, yürüyüş ve piknik yapmak gibi hobi odaklı rekreasyon faaliyetlerine katıldıkları görülmüştür.

[Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi](#) yayıncı [Bayram KANCA](#) tarafından [CC BY-NC-SA 4.0](#) ile lisanslanmıştır.

#### ARTICLE INFO

Research Article

Article history:

Received : 19 May 2021  
 Revised : 21 May 2021  
 Accepted : 29 May 2021  
 Available : 10 July 2021

Keywords:

Recreation  
 Hobby  
 Spare Time Activity  
 Tourism  
 Motivation

#### ABSTRACT

People adopt various hobbies for purposes such as the stress of crowded cities, intense work tempo, being healthy and providing personal development. Hobbies constitute an important part of recreation activities as they are activities that people do to make good use of their leisure time, just like recreational activities. This study aims to reveal the importance of hobbies in recreational activities and determine the motivations that push people to recreation activities for their hobbies. Within the scope of the study, phenomenology, one of the qualitative research designs, was chosen as a method to obtain in-depth information. In this context, 49 people living in the big cities of these regions were interviewed, covering all regions of Turkey. It has been determined that 15 of these people regularly engage in hobby occupations. It has been understood that hobby activities are mostly held in touristic cities such as Izmir, Istanbul, and Antalya. The most important motives that push participants to hobby-oriented recreation activities are; It has been determined that they have motives for having fun, doing sports, feeling good and being healthy. In addition, it was observed that the participants mostly participated in hobby-oriented recreation activities such as artistic activities, walking and picnics.

[Journal of Eurasia Tourism Research](#) by [Bayram KANCA](#) is licensed under [CC BY-NC-SA 4.0](#)

## 1. GİRİŞ

Günümüzde insanların boş zamanlarının artması, gündelik hayatın monotonluğu ve hareketsizlik gibi faktörler rekreasyon etkinliklerine olan ihtiyacı artırmıştır. Dolayısıyla insanlar bu tarz ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla bir takım serbest zaman etkinliklerinde bulunmaktadır (Koçyiğit, vd. 2018). Bu serbest zaman etkinliklerinin büyük bir kısmını da insanların hobileri oluşturmaktadır (Aydoğan ve Gündoğdu, 2006).

\*Sorumlu yazar / Corresponding author



0000-0003-3335-0923 (H. İ. KARAKAN)



hikarakan@gmail.com (H. İ. KARAKAN)

Serbest zaman etkinlikleri içerisinde en önemli uğraşlar olan hobiler kavramsal olarak rekreasyon ile aynı unsurları barındırmaktadır (Aydoğan ve Gündoğdu, 2006). Rekreasyon kavramı kısaca; insanların çalışma zamanları dışında kalan serbest zamanlarını kaliteli bir şekilde değerlendirme etkinlikleri olarak tanımlanmaktadır (Torkildsen, 2005). Hobi kavramı ise, insanın mesleki uğraşı dışında kalan dinlendirici uğraşlardır. Bu bağlamda insanların hobilerine yönelik uğraşlarda bulunması birer rekreasyon aktivitesi olarak değerlendirilmektedir.

Bu çalışmada düzenli olarak hobi uğraşı olan insanlardan, katıldıkları rekreasyon etkinliklerine yönelik veriler elde edilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda bireylerin sahip olduğu hobilere yönelik yaptıkları rekreasyon etkinliklerinin ne tür etkinlikler olduğuna ve katılımcıların bu etkinliklere hangi amaçlarla katıldığına yönelik veriler analiz edilmiştir. Bu veriler raporlanarak sonuç kısmında önerilerde bulunulmuştur.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Alanyazında rekreasyon faaliyetleri ile ilgili değişik tanımlamalar bulunmaktadır. Bakır (1990) rekreasyonu; insanların yeme, içme, uyuma ve çalışma gibi günlük rutin işleri dışında kalan serbest zamanlarında yaptığı faaliyetler olarak tanımlamaktadır. Ragep ve Tate (1993)'e göre rekreasyon; kentlerde veya kırsalda; aktif veya pasif olarak, açık veya kapalı mekânlarda insanların boş zamanlarını çeşitli etkinlikler yaparak değerlendirme istekleri olarak tanımlanmaktadır. Torkinsen (2005) ise rekreasyonu; insanların boş zamanlarında herhangi bir zorunluluk olmadan tamamen kendi istekleriyle katıldıkları etkinlikler olarak açıklamaktadır.

Rekreasyon faaliyetleri; bireylerin dinlenme, eğlenme ve yenilenme gibi ihtiyaçlarını karşılayabilmek için bu amaçlardan bir veya birkaçına yönelik gönüllü olarak yaptıkları serbest zaman etkinlikleri şeklinde tanımlanabilir. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere rekreasyon etkinliklerinin unsurları şunlardır (Karakan, 2021):

- Rekreasyon etkinlikleri katılım sağlayan kişilerin boş/serbest zamanlarında yapılır.
- Rekreasyon etkinlikleri gönüllülük esasına dayalıdır.
- Rekreasyon etkinliklerinin yenilenme, eğlenme ve dinlenme gibi amaçların en az birisini barındırması gerekmektedir.
- Rekreasyon etkinliklerinde boş zaman değerlendirilirken bir aktivite yapılmalıdır.
- Aylaklık yapmak rekreasyon faaliyeti olarak değerlendirilemez.

Ulusal literatürde rekreasyon etkinlikleri ile ilgili çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar kapsamında yapılan alanyazın taramasında rekreasyon faaliyetlerine yönelik; katılım düzeyi (Balcı,2006), tatmin düzeyi (Lapa, 2012; Ardahan, 2013; Sönmezoğlu, 2015), katılımı etkileyen faktörler (Tütüncü, 2011; Paksoy, vd., 2016; Karakan, vd., 2021), alışkanlıklar (Yetiş, 2008), katılım nedenleri (Lapa, 2009), katılımcıların tutumu (Akyüz, 2005) gibi bir çok konuda yapılmış çalışmalar bulunmaktadır. Fakat ilgili alanyazında hobilerin rekreasyon etkinliklerinde değerlendirilmesine yönelik herhangi bir çalışmaya tarafımızca rastlanmamıştır. Çalışmaların ağırlıklı olarak katılım düzeyi, tatmin düzeyi, katılımı engelleyen faktörler gibi konular üzerine yapıldığı, rekreasyon faaliyetlerinde hobilerin göz ardı edildiği göze çarpmaktadır. Bu açıdan rekreasyon faaliyetlerine hobilerin değerlendirilmesi konusunda bir araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Yapılan açıklamalardan hareketle, çalışmada test edilmek üzere aşağıdaki araştırma soruları geliştirilmiştir:

Araştırma Sorusu 1: Rekreasyon etkinliklerinde daha çok ne tür hobiler değerlendirilmektedir?

Araştırma Sorusu 2: Hobilere yönelik rekreasyon etkinlikleri hangi güdülerle yapılmaktadır?

## 2. YÖNTEM

Bu çalışma rekreasyon etkinliklerinde hobilerin değerlendirilmesine yönelik bilgiler elde etmek amacıyla yapılmıştır. Yöntem olarak nitel araştırma yöntemlerinden fenomenoloji deseni tercih edilmiştir. Bu sayede katılımcılarla derinlemesine görüşme yapılmıştır. Bu bölümde araştırmanın amacına, önemine, sınırlılıklarına, araştırmada veri toplama tekniklerine ve veri analiz tekniklerine yönelik detaylı bilgi verilmiştir.

### 2.1. Araştırmanın Amacı

Teknolojinin yoğun kullanımı, monotonluk ve hareketsiz yaşam tarzı rekreasyon faaliyetlerinin önemini arttırmıştır. Rekreasyon; kişinin günlük uyuma, yeme, çalışma gibi temel ve rutin işlerinden artan serbest zamanında herhangi bir zorunluluk veya kısıtlama olmadan katıldıkları çeşitli etkinlikler olarak tanımlanır (Torkildsen, 2005) Hobi ise insanın asıl uğraşı veya meslek çalışması dışında dinlendirici bir iş olarak yaptığı, oyalayıcı şey, uğraşı olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2021). Tanımlamalara bakıldığında rekreasyon kavramının hobi kavramını kapsadığı anlaşılmaktadır. O halde insanlar hobilerini yaparken aynı zamanda rekreasyon etkinliklerine katılmaktadırlar. Rekreasyon etkinliklerinin kaliteli boş zaman değerlendirme faaliyetleri olduğu ve hobilerin insanların yapmaktan en çok zevk aldığı uğraşlar olduğu düşünüldüğünde; hobilerin rekreasyon etkinliklerinin nitelikli olan kısmını oluşturduğu nicelik olarak da rekreasyon etkinlikleri içinde önemli bir yer kapladığı görülmektedir. Bu bağlamda bu araştırmanın amacı; hobilerin rekreasyon faaliyetleri içerisindeki önemini ortaya

koymak ve insanları hobilere yönelik rekreasyon etkinliklerine iten güdüleri belirlemektir. Çalışmanın alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## 2.2. Veri Toplama ve Analiz Teknikleri

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak nitel yaklaşımlardan görüşme tekniğı kullanılmıştır. Görüşme tekniğinin kullanılmasının temel amacı; katılımcının iç dünyasına girebilmek, onun ekseninden olaylara yaklaşabilmek ve araştırmanın geçerliliğini arttırabilmektir (Karataş, 2015: 71). Ayrıca nitel araştırmalarda katılımcılara veri toplama - çözümleme sürecinin ayrıntılı bir şekilde belirtilmesi ve verilere ilişkin doğrudan alıntılar sunulması da araştırmanın geçerliliğı için önem arz etmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Bu bağlamda, katılımcılara veri toplama-çözümleme sürecinin ayrıntılarıyla anlatılmasına dikkat edilerek, araştırmada verilere ilişkin doğrudan alıntılara yer verilmiştir.

Araştırma kapsamında 2019 yılı Mart ayında toplam 49 kişiye çevrimiçi görüşme formu yollanmıştır. Görüşme formunda katılımcılara; rekreasyon etkinlikleri kapsamında ne tür hobilerle uğraştukları ve bu etkinliklere katılım güdülerinin neler olduğı şeklinde açık uçlu sorular sorulmuştur. Katılımcılardan elde edilen verilerden demografik verilere yüzde frekans analizi uygulanmıştır. Araştırmanın amacına göre oluşturulan açık uçlu sorulara ise fenomenoloji deseni kapsamında nitel analiz yapılmıştır. Elde edilen veriler fenomolojik desene betimsel olarak sunulmuş olup; verilere yönelik kodların belirlenmesi için içerik analizi uygulanmıştır. Fenomenoloji birkaç kişinin bir fenomen ya da kavramla ilgili gerçekteşmiş deneyimlerinin ortak anlamını tanımlamaktadır. Ayrıca fenomenoloji kavramı, bir fenomenle ilgili kişisel deneyimleri evrensel nitelikteki bir açıklamaya indirgemeyi amaçlamaktadır (Creswell, 2016:77). Gerçekteşirilen araştırmada, rekreasyon etkinliğı olarak değerlendirilen hobiler fenomenler olarak ele alınmış ve araştırmanın amaçları çerçevesinde birbirinden farklı deneyimler üzerinden açıklanmaya çalışılmıştır.

Araştırma kapsamında yapılan içerik analizinde çeşitli temalar sıklık düzeyleri göz önünde bulundurularak, tablo haline getirilmiştir. Tablo içerisinde yer alan bu temalar ifadelerin önem derecesine göre puanlanmıştır. Bu kapsamda katılımcının ilk aklına gelen, yani ilk ifade ettiğı tema için 3 puan, ikinci ifade ettiğı tema için 2 puan ve üçüncü ifade ettiğı tema için 1 puan verilmiştir.

## 2.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışmanın örneklemini Türkiye'nin yedi bölgesini kapsayacak şekilde belirlenmiştir. Araştırma kapsamında büyük şehirler üzerinden örneklem toplanmıştır. Fakat bölgelerin kendi içerisinde bulunan şehirlerin de birbirinden farklı sosyal, kültürel ve ekonomik yapıya sahip olduğı düşünöldüğünde bu çalışma araştırmaya dahil edilen 7 şehirle sınırlı olduğı söylenebilir. Ayrıca veriler 2019 yılı Mart ayında toplandığı için çalışma bu zaman dilimi ile sınırlıdır.

## 3. BULGULAR

Bu bölümde araştırma kapsamında toplanılan verilere yönelik yapılan analizler sonucu oluşturulan tablolara ve bu tablolara yönelik bulgulara ve yorumlara yer verilmiştir. Ayrıca katılımcılardan alınan cevaplar fenomenolojik desene uygun bir şekilde bu bölümde yer almaktadır.

**Tablo 1.** Hobilerin Rekreasyon Etkinliğı Olarak Değerlendirilme Düzeyi

Kategoriler		N	%	
Görüşölen Kişi Sayısı		49	100	
Düzenli Olarak Hobi Uğraşı Olan Katılımcı Sayısı		15	30,61	
Düzenli Olarak Hobi Uğraşı Olmayan Katılımcı Sayısı		34	69,39	
Katılımcıların Yerleşim Yeri Bilgileri		Toplam Katılımcı	Hobi Uğraşı Olan Katılımcı	
Bölge	Şehir		N	%
Marmara	İstanbul	7	3	42,86
İç Anadolu	Ankara	7	2	28,57
Ege	İzmir	7	4	57,14
Karadeniz	Samsun	7	1	14,29
Akdeniz	Antalya	7	3	42,86
Güneydoğu Anadolu	Gaziantep	7	1	14,29
Doğu Anadolu	Van	7	1	14,29

Araştırma kapsamında veri toplamak amacıyla toplam **49** katılımcıyla görüşme yapılmıştır. Tablo 1'de göröldüğü üzere görüşme yapılan katılımcılardan 15'inin (%30,61) düzenli olarak hobi uğraşları yaptığı görölmektedir. Bu bağlamda düzenli olarak yapılan hobi uğraşlarının rekreasyon etkinlikleri içerisinde önemli sayılabilecek bir yeri olduğı söylenebilir. Veri toplama sürecinde düzenli olarak hobi uğraşı yapan katılımcılarla



derinlemesine görüşme yapılmıştır. Bölgelere göre bu katılımcılara bakıldığında hobi uğraşlarına yönelik rekreasyon etkinliklerinin %57,4 ile en yaygın olduğu ilin İzmir (N=4) olduğu görülmektedir. Bu oran İstanbul ve Antalya'da %42,86 (N=3), Ankara'da %28,57 (N=2), Gaziantep, Samsun ve Van'da %14,29 (N=1) olduğu görülmektedir.

**Tablo 2.** Katılımcılara Yönelik Demografik Bilgiler ve Rekreasyon Etkinliklerine Katılım Davranışları

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Şehir	Eğitim	Medeni Durum	Katılım Şekli	Sıklık	Kaç Yıldır	Gelir
K1	Erkek	29	Samsun	Lisansüstü	Bekar	Bireysel	3	5	Orta
K2	Erkek	27	Antalya	Lisansüstü	Bekar	Bireysel	20	10	Düşük
K3	Kadın	26	Antalya	Lisans	Bekar	Grup	4	2	Orta
K4	Erkek	45	Antalya	Lisansüstü	Evli	Bireysel/Grup	10	7	Yüksek
K5	Erkek	42	İzmir	Lisansüstü	Bekar	Bireysel	6	2	Yüksek
K6	Erkek	29	Ankara	Lisansüstü	Bekar	Bireysel/Grup	8	5	Orta
K7	Erkek	27	Antalya	Lisansüstü	Bekar	Grup	5	8	Orta
K8	Kadın	26	Van	Lisans	Bekar	Grup	4	6	Yüksek
K9	Kadın	45	İstanbul	Lisans	Evli	Grup	9	7	Yüksek
K10	Erkek	42	Ankara	Lisans	Bekar	Grup	6	2	Yüksek
K11	Kadın	29	İstanbul	Lisans	Evli	Bireysel	5	3	Orta
K12	Erkek	27	Gaziantep	Lisans	Evli	Bireysel	5	10	Düşük
K13	Kadın	26	İstanbul	Lisans	Bekar	Grup	4	2	Orta
K14	Kadın	45	İzmir	Lisansüstü	Evli	Bireysel	5	7	Yüksek
K15	Kadın	42	İzmir	Lisans	Bekar	Bireysel	6	2	Yüksek

*Erkek=8, Kadın=7; Bekar=10, Evli=5; Lisans= 8, Lisansüstü= 7; Yüksek Gelirli=7, Orta Gelirli=6, Düşük Gelirli=2; Ortalama Yaş: 33,8, Yaş Aralığı= 26-45; Bireysel=9, Grup=8; Katılım Sıklığı Ortalaması (Ay)=6,7, Katılım Sıklığı Aralığı (Ay)= 3 -20; Hobi Edinme Süresi (Ortalama Yıl)=5,2, Hobi Edinme Süre Aralığı (Yıl)= 2-10*

Çalışma kapsamında çeşitli hobilere sahip olan ve düzenli olarak bu hobilerini gerçekleştiren bireylerle görüşme yapılmıştır. Bu bireylerden gönüllü olan 15 katılımcı ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Tablo 2'de bu katılımcıların demografik bilgilerine ve rekreasyon faaliyetlerine katılım davranışlarına yönelik bilgilere yer verilmiştir. Tablodaki bilgilere bakıldığında katılımcıların 8'inin erkek, 7'sinin kadın olduğu görülmektedir. Katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında bekar katılımcı sayısının, evli katılımcı sayısının iki katı olduğu göze çarpmaktadır. Katılımcıların 8'i lisans ve 7'si lisansüstü eğitim seviyesine sahiptir. Bu katılımcılar arasından 7'sinin yüksek gelirli, 6'sının orta gelirli ve 2'sinin düşük gelirli olduğu görülmektedir. Bu bağlamda rekreasyon faaliyeti olarak hobilerini değerlendiren bireylerin genelde yüksek eğitim seviyesine ve en az orta düzey gelire sahip olduğu söylenebilir. Katılımcıların rekreasyon aktivitelerine bireysel olarak ve grup içerisinde katılım oranları birbirine yakındır. Bazı katılımcıların hem bireysel hem de grup içerisinde rekreasyon faaliyetlerine katıldıkları görülmektedir.

Katılımcıların yaş aralığı 26 – 45 arası değişmekte, yaş ortalaması ise 33,8 olduğu görülmektedir. Rekreasyon etkinliklerine katılım sıklığına bakıldığında ise katılımcıların ayda 3 ila 20 defa bu etkinliklere katıldıkları ve ortalama katılım sıklığının 6, 7 olduğu görülmektedir. Bu bağlamda katılımcıların yaklaşık olarak ortalama her 4 günde bir hobilerini rekreasyon faaliyeti olarak yaptıkları söylenebilir. Son olarak, katılımcıların ne kadar süredir hobilerini gerçekleştirdiklerine bakıldığında ise; bu katılımcıların 2 ila 10 yıl aralığında bir hobi geçmişine sahip oldukları ve bu sürenin ortalama 5,2 yıl olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3'de katılımcıların gerçekleştirdikleri rekreasyon etkinlik türlerine ve onları bu etkinliklere güdüleyen faktörlere yer verilmiştir. Bu kapsamda katılımcılardan; en sık yaptıkları üç etkinlik türünü ve kendilerini bu etkinliklere güdüleyen en önemli üç faktörü önem durumuna göre sıralamaları istenmiştir. Tablonun üst kısmında görülen işaretlerden üç yıldız (\*\*\*) en önemli görülen cevabı, iki yıldız (\*\*) ikinci önem derecesine sahip cevabı ve tek yıldız (\*) üçüncü önem derecesine sahip cevabı temsil etmektedir. Tablonun alt kısmında ise önem derecesine göre verilen cevaplar ve bu cevapların oluşturduğu toplam skora yer verilmiştir. Alınan cevaplar doğrultusunda ilk sırada verilen cevap 3 puan, ikinci sırada verilen cevap 2 puan ve üçüncü sırada verilen cevap 1 puan olarak derecelendirilmiştir.

**Tablo 3.** Rekreasyon Etkinliklerine Katılım Davranışlarına Yönelik Bilgiler

KATILIMCI	Rekreasyon Faaliyetlerine Katılım GÜDÜLERİ						Rekreatif Etkinlik Türü													
	Eğlenme	Spor Yapma	İyi Hissetme & Sağlık	Rutinden Kaçış&Yenilenme	Dinlenme & Rahatlama	Heyecan Arama & Macera	Piknik Yapma	Bisiklet & Motosiklet	At Binme	Futbol& Basketbol & Voleybol	Fosil Arama	Hobi Bahçesi & Hayvan Besleme	Kitap Okuma& Günlük Tutma	Yüzme & Dalış	Dağcılık& Yamaç Paraşütü& Kamping	Yürüyüş & Doğa Yürüyüşü	Sanatsal Faaliyetler	Fotoğrafçılık	Fitness	Olta Balıkçılığı
K1	***	**	*				*									***	**			
K2	***	*			**						**			***				*		
K3	*			***	**						*	**		***						
K4	***	**	*				**				***		*							
K5	*	***	**				*									***	**			
K6	*	***	**													*	**		***	
K7	*			**		***								***	**		*			
K8	***	**	*												*	***	**			
K9	*	**		***				*	**				***							
K10	***	**	*													***	**	*		
K11	**	*				***	**	***											*	
K12	***	*		*	**		**			***					*					
K13	*	**				***		***	**			*								
K14	***		**	*			*				**								***	
K15			**	*		***	**			**		**								***
ETKİNLİKLER	Eğlenme	Spor Yapma	İyi Hissetme & Sağlık	Yenilenme	Dinlenme	Heyecan Arama	Piknik Yapma	Bisiklet & Motosiklet	At Binme	Futbol& Basketbol & Voleybol	Fosil Arama	Hobi Bahçesi & Hayvan Besleme	Kitap Okuma& Günlük Tutma	Yüzme & Dalış	Dağcılık& Yamaç Paraşütü& Kamping	Yürüyüş & Doğa Yürüyüşü	Sanatsal Faaliyetler	Fotoğrafçılık	Fitness	Olta Balıkçılığı
<b>Birinci Cevap</b>	4	5	0	1	1	4	0	1	1	0	1	1	0	2	2	1	2	0	2	1
<b>İkinci Cevap</b>	1	0	8	3	4	1	3	1	0	2	0	1	1	0	0	2	3	2	0	0
<b>Üçüncü Cevap</b>	4	3	1	3	2	0	3	0	1	0	0	2	1	1	0	3	0	2	2	0
<b>TOPLAM</b>	9	8	9	7	7	5	6	2	2	2	1	4	2	3	2	6	5	4	4	1
<b>SKOR</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>17</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>3</b>

Katılımcıları rekreasyon faaliyetlerine en çok güdüleyen faktörlere yönelik verilen cevapların sıklığı, öncelik sırasına göre parantez içinde verilmiştir. Bu bağlamda katılımcıları rekreasyon faaliyetlerine iten eğlence güdüsü (4,1,4); dört katılımcı tarafından en önemli cevap, bir katılımcı tarafından ikinci önemli cevap ve 4 katılımcı tarafından üçüncü önemli cevap olarak verilmiştir. Dolayısıyla eğlence güdüsünün önem skoru 18 olarak belirlenmiştir. Spor yapma güdüsü (5,0,3) toplamda sekiz katılımcı tarafından dile getirilmiştir. Bu katılımcılardan beş tanesi spor yapma güdüsünü en önemli cevap olarak vermiştir. Önem derecesine göre yapılan skorlamada spor yapma güdüsünün skoru 18 olarak belirlenmiştir. Katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda bir başka önemli güdü ise iyi hissetme ve sağlık güdüsüdür (0,8,1). Bu güdü bir çok katılımcı tarafından ifade edilse de, katılımcıları rekreasyon etkinliklerine iten güdüler arasında ikinci dereceden öneme sahip olduğu görülmektedir. Bu güdünün

toplam skoru 17 olarak belirlenmiştir. Diğer güdülerde önem sırasına göre; heyecan arama güdüsünün (4,1,0) skoru 14, dinlenme güdüsünün (1,4,2) skoru 13 ve yenilenme güdüsünün (1,3,3) skoru 12 olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda katılımcıları hobilerine yönelik rekreasyon faaliyetlerine iten en önemli güdülerin; eğlenme, spor yapma ve iyi hissetme&sağlık güduları olduğu görülmektedir.

Katılımcıların rekreasyon faaliyeti olarak gerçekleştirdiği hobileri ise şu başlıklar altında toplanmıştır;

- Piknik yapmak,
- Bisiklet& motosiklet,
- At binme,
- Futbol& basketbol & voleybol,
- Fosil arama,
- Hobi bahçesi& hayvan besleme,
- Kitap okuma& günlük tutma,
- Yüzme & dalış,
- Dağcılık& yamaç paraşütü& kamping,
- Sanatsal faaliyetler,
- Fotoğrafçılık,
- Fitness,
- Olta balıkçılığı

Katılımcıların gerçekleştirdikleri rekreatif etkinliklere bakıldığında ise; en önemli etkinliklerden sanatsal faaliyetlerin (2,3,0) skoru 12, yürüyüş & doğa yürüyüşünün (1,2,3) skoru 10, ile piknik yapma etkinliğinin (0,3,3) skoru 9, fitness yapmanın (2,0,2) skoru 8 ve fotoğrafçılık etkinliğinin (2,0,2) skoru 8 olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın nitel kısmında katılımcılardan alınan cevaplar fenomenolojik desenle betimlenmiştir. Bu kısımda katılımcılara; “Rekreasyon etkinliği olarak değerlendirdiğiniz hobilerinizi önem derecelerine göre sıralayacak olsanız, ilk 3 sıraya hangi hobilerinizi koyarsınız? Sizi, hobilerinize yönelik rekreasyon etkinliklerine iten en önemli üç motivasyonunuz nedir?” şeklinde sorular sorulmuştur. Bu kapsamda aşağıda bazı katılımcılardan alınan cevaplar tırnak içinde aktarılmıştır. Bazı katılımcıların vermiş olduğu cevaplar aşağıdaki gibidir:

*K4: “Çalıştığımız kurumda bir kura sonucunda 7 yıl önce bana bir hobi bahçesi çıkmıştı. O tarihten bu yana hobim bitkilerle ve toprakla uğraşmak... En ufak bir fırsat bulduğumda kendi oluşturduğum bahçeye gidiyorum. Onun dışında boş zamanlarımı piknik yaparak ve bilgisayarda oyun oynayarak geçiriyorum. Bu etkinlikleri sıralayacak olursam benim için en önemli etkinlik; kendi oluşturduğum hobi bahçesi ile ilgilenmektir. Bunun dışında ikinci sıraya pikniği koyabilirim. Son olarak da dalış ve yüzme etkinlikleri olabilir. Piknik etkinliklerini arkadaşlarımla bazen hobi bahçemde yapıyoruz bazen de daha uzaklara gidiyoruz. Bu iki hobimden vakit kalırsa bilgisayar oyunları oynamayı tercih ediyorum. Hatta bazen orada bile bahçe oyunları oynuyorum. Bu rekreasyon faaliyetlerini yapmamdaki temel motivasyonum eğlenmektir. Bunun dışında bahçemden topladığım mahsullerle sağlıklı besleniyorum. Ayrıca bu etkinlikleri yaparken huzur buluyorum, dinleniyorum.”*

*K6: “Ben konservatuar mezunu bir müzisyenim ama henüz profesyonel olarak işimi yapmıyorum. Gitar, çello ve piyano çalıyorum ve bir koro üyesiyim. Fakat bu benim en büyük hobim değil. Ben aynı zamanda düzenli olarak fitness yapıyorum. Benim en büyük hobim vücut geliştirmektir. İkinci sıraya enstrüman çalmak ve koroyu koyabilirim. Bunların dışında sakin bir hayatım var. Geriye kalan boş zamanlarımda piknik yapmayı seviyorum. Bazen bu hobilerimi birleştiriyorum, mesela doğaya gidip gitar çalıyorum veya doğada spor yapıyorum. Hobilerimi yapmamdaki güdülerimi; spor yapmak, sağlıklı olmak ve eğlenmek olarak sıralayabilirim.”*

*K7: “Ben yaklaşık 8 yıldır tam bir macera tutkunuyum. Bu tutkum bir arkadaşım sayesinde başladı. Bizim dağcılık ve paraşüt kulübümüz var. Burada birçok macera tutkunu ile pandemi öncesinde sık sık bir araya geliyorduk. Bu yüzden en büyük hobim, en büyük tutkum yamaç paraşütü diyebilirim. Bu tarz rekreasyonel etkinlikler olduğunda bir noktada toplanıp bu etkinlikleri gerçekleştirebileceğimiz farklı yerlere gidiyoruz. Bazen buralarda kamp kuruyoruz. Bunun dışında en fazla yaptığım ikinci etkinlik doğa yürüyüşüdür. Son olarak da bu etkinlikleri yaparken fotoğraf çekmekten çok zevk alıyorum. Bu etkinlikleri yapmamdaki güdülerim arasında macera ve adrenalin tutkusunu ilk sıraya koyarım. Bunun dışında günlük hayattan uzaklaşmak ve son olarak da spor yapmak gibi güdülerini sıralayabilirim.”*

Verilen cevaplara bakıldığında, katılımcıların çeşitli hobi uğraşlarına sahip olduğu görülmektedir. Katılımcılar bu hobilerini rekreasyon etkinliği olarak değerlendirmektedir. Katılımcıların gerçekleştirdikleri rekreasyon

etkinliklerin genellikle birbiri ile ilişkili hobiler olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıları hobilere dayalı bir rekreasyon etkinliğe güdüleyen birden fazla motivasyon olduğu gözle çarpılmaktadır.

#### 4. SONUÇ

İnsanların boş zamanlarının artması ve kendini geliştirme arzusunun yanı sıra farklı aktivite türlerinin ortaya çıkması insanları hobi edinmeye teşvik etmiştir. Hobiler, insanların mesleki uğraşları veya asıl uğraşları dışında kalan serbest zaman içerisinde yaptıkları etkinliklerdir. İnsanlar hobilerini gerçekleştirirken zamanlarını kaliteli bir şekilde değerlendirirler ve farkında olarak veya olmayarak rekreasyon etkinliği içerisinde yer alırlar. Dolayısıyla hobilerin rekreasyon etkinlikleri içerisinde önemli bir yeri bulunduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu bağlamda bu çalışmada çeşitli hobilere sahip insanların, bu hobilerin rekreasyon faaliyetleri içerisinde hangi güdülerle ve nasıl değerlendirildiği tespit edilmeye çalışılmıştır.

Araştırma kapsamında toplam 49 kişiyle görüşülmüştür. Görüşülen kişiler arasından düzenli olarak çeşitli hobilerle uğraşan 15 kişiden veriler toplanmıştır. Bu bilgiler ışığında düzenli hobi uğraşlarının rekreasyon etkinlikleri içerisinde önemli bir yeri olduğu anlaşılmıştır. Araştırma kapsamında, hobi amaçlı rekreasyon etkinliklerinin başta İzmir olmak üzere, İstanbul ve Antalya gibi turistik destinasyonlarda daha yaygın olarak gerçekleştirildiği görülmektedir.

Düzenli olarak hobi uğraşları yapan katılımcıların cinsiyete göre dağılımlarında büyük bir farklılık olmadığı söylenebilir. Fakat düzenli olarak hobi uğraşı olan katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında bekar katılımcılar, evli katılımcıların iki katı kadar olduğu görülmüştür. Düzenli olarak hobi uğraşları yapan katılımcıların profilinin genellikle; yüksek eğitim düzeyine sahip, orta- yüksek gelirli, Y kuşağı bireyler olduğu anlaşılmıştır. Bu katılımcılar hobi uğraşlarını uzun süredir yaptıkları ve bu uğraşlarını sık sık tekrarladıkları söylenebilir.

Araştırma sonucunda, katılımcıları, hobilerini rekreasyon etkinliklerine yönlendiren güdüler; eğlenme güdüsü, spor yapma güdüsü, iyi hissetme ve sağlıklı olma güdüsü, yenilenme güdüsü, dinlenme güdüsü ve heyecan arama güdüsü olarak tespit edilmiştir. İyi hissetme ve sağlıklı olma güdüsü bu etkinliklere katılmada önemli bir faktör olsa da daha çok katılımcılar için ikinci dereceden destekleyici bir motivasyon olduğu anlaşılmıştır.

Araştırmanın bir başka sonucu ise katılımcıların rekreasyon faaliyeti olarak gerçekleştirdiği hobi türleridir. Bu bağlamda katılımcıların bir çok değişik hobi uğraşları yaptıkları gözle çarpılmaktadır. Bu etkinlikler içerisinde en önemli olanlar; sanatsal faaliyetler, yürüyüş & doğa yürüyüşü, piknik yapma etkinliği, fitness yapma ve fotoğrafçılık olarak belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların gerçekleştirdikleri etkinliklerin birbiri ile ilişkili hobiler olduğu görülmüştür.

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre hobi uğraşlarının rekreasyon faaliyetlerinin önemli bir bölümünü oluşturması, hobi uğraşlarının rekreasyon etkinlikleri için önem arz ettiğini göstermektedir. Bu bağlamda rekreasyon etkinliklerine katılım düzeyinde artış sağlanması için özellikle yerel yönetimlerin hobi uğraşlarına yönelik imkanlar sunması, şehirlerdeki hobi türlerinin çeşitlendirilmesine olanak sağlanması ve mevcut olan imkanların da iyileştirilmesi önerilmektedir. Ayrıca yerel halkın hobi edinmesi için çeşitli kurslar açılması ve bu kursların yaygınlaştırılması önerilmektedir. Gelecek çalışmalarda rekreasyon etkinliği olarak hobi uğraşlarının gerçekleştirilmesini engelleyen faktörler üzerine çalışılması önerilmektedir.

#### TEŞEKKÜR

Bu araştırma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

#### MENFAAT UYUŐMAZLIđI

Yazarın, herhangi bir kurum ya da kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi ya da katılımı (hibe; eğitim bursları; konuşmacı bürolarına katılım; üyelik, istihdam, danışmanlıklar, hisse senedi sahipliği veya diğer öz özkaynak payları; ve uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

#### YAZARLARIN KATKILARI

H.İ.K.: Kavramsallaştırma, Yazın taraması, Yöntem, Veri Toplama, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Proje Yönetimi, Danışmanlık, Nihai onayın verilmesi.

#### ETİK BEYAN

Bu çalışma için Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi (ATA Dergisi) **Etik İlkeler ve Yayın Politikası** doğrultusunda Etik Kurul onayına ihtiyaç duyulmamaktadır.

## KAYNAKÇA

- Akyüz, H. & Türkmen, M. (2016). Üniversite öğrencilerinin boş zaman faaliyetlerine yönelik tutumlarının incelenmesi: Bartın Üniversitesi örneği. *International Journal of Sport Culture and Science*, 4 (Special Issue 1), pp. 340-357.) Retrieved from <https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Intjscs/Issue/24486/259562>
- Ardahan, F& Lapa, T. (2010). Üniversite öğrencilerinin serbest zaman tatmin düzeylerinin cinsiyete ve gelire göre incelenmesi. *Spor Bilimleri Dergisi*, (21 (4), pp. 129-136.)
- Aydoğan, İ. & Gündoğdu, F. B. (2006). Kadın öğretim elemanlarının boş zamanlarını değerlendirme ekinlikleri . *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (1 (21), 217-232.)
- Bakır, M. (1990). *Rekreasyon ve turizm ilişkisinin turizm politikalarının oluşturulmasındaki önemi*. (Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Balcı, V. & İlhan, A. (2006). Türkiye'deki üniversite öğrencilerinin rekreatif etkinliklere katılım düzeylerinin belirlenmesi. *Ankara Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*. 011-018. 10.1501/Sporm\_0000000117.
- Creswell, J. W. (2016). *Nitel araştırma yöntemleri (beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni)*. Çeviri editörleri: M. Bütün & S.B. Demir, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Karakan, H. İ. (2021). rekreasyon faaliyetlerinde sosyalleşme ve iletişim, içinde *İletişimsel turizm* (Ed. Sevcan Yıldız ve Hasan Çiftçi), Ankara: İksad Yayınevi
- Karakan, H. İ., Ertuş, Ç, Çolak O. & Yurtman, S. (2021). Yerel halkın rekreasyon faaliyetlerine katılımını etkileyen faktörlere yönelik bir çalışma, *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, (12 (2). pp. 62-80)
- Koçyiğit, M., Erdoğan, M. & Çınar Uyar, M. (2018). Kişilerarası iletişim bağlamında rekreatif faaliyetlere katılan üniversite öğrencilerinin benlik saygısı ve sosyalleşme düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi*, (pp. 507-523.)
- Lapa, T. Y., Ağyar, E. & Bahadır, Z. (2012). Yaşam tatmini, serbest zaman motivasyonu, serbest zaman katılımı: beden eğitimi ve spor öğretmenleri üzerine bir inceleme (Kayseri İli Örneği). *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, (10 (2), pp.53 - 59.)
- Lapa, T, Ardahan, F. (2009). Akdeniz üniversitesi öğrencilerinin serbest zaman etkinliklerine katılım nedenleri ve değerlendirme biçimleri. *Spor Bilimleri Dergisi*, (20 (4), pp. 132-144.)
- Ragheb, M. G. & Tate, R. L. (1993). A behavioral model of leisure participation based on leisure attitude, *Motivation and Satisfaction, Leisure Studies*, (12 (1), pp. 61-70.)
- Sönmezoglu, U, Polat, E. & Aycan, A. (2016). gençlik merkezi üyeleri ve bazı değişkenlere göre serbest zaman tatmin düzeyleri. *International Journal of Sport Culture and Science*, 2 (Special Issue 1), 219-229. DOI: 10.14486/IJSCS91
- Tdk, (2021, May 1) Hobi, <https://sozluk.gov.tr/>
- Torkildsen, G. (2005). *Boş zaman ve rekreasyon yönetim (Beşinci Baskı)*. Londra ve Newyork: Taylor Birnd Francis Grubu.
- Torkildsen, G. (2005). *Leisure and recreation management*, London and Newyork: Taylor Birnd Francis Group.
- Tütüncü, Ö, Aydın, İ, Küçükusta, D, Avcı, N. & Taş, İ. (2011). Üniversite öğrencilerinin rekreasyon faaliyetlerine katılımını etkileyen unsurların analizi, *Spor Bilimleri Dergisi*, (22 (2), pp. 69-83.)
- Yetiş, Ü. (2010). Kamu kuruluşlarında çalışan devlet memurlarının boş zaman faaliyetlerini değerlendirme alışkanlıkları (Tuğuş Örneği) *Beden Eğitimi Ve Spor Bilimleri Dergisi*, 10 (2). Retrieved from <https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Ataunibesyo/Issue/28853/308691>
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Zeki K. (2015) Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1)

## **EXTENSIVE SUMMARY**

### **Introduction**

Nowadays, recreation activities have become widespread with the increase of free time and recreation opportunities of people. Factors such as the complete change of people's lifestyles, sedentary life, and the monotony of daily life have increased the importance of recreational activities. Many people belonging to different social environments and cultures develops their various skills by engaging in certain activities in these free times (Koçyigit, et al.2018). A large part of these occupations are people's hobbies.

There are common elements of the concept of hobby and recreation. Recreation concept briefly; It can be defined as the activities to make good use of people's leisure time outside of their working time (Torkildsen, 2005). The concept of hobby, on the other hand, is a relaxing occupation outside of the occupational occupation of the human being. In this context, people's hobbies can be considered as recreational activities. People's pursuit of their hobbies constitutes an important part of recreational activities.

Within the scope of this study, it has been tried to obtain data for the evaluation of hobbies in recreation activities. In this context, data on what kind of activities the recreational activities performed by individuals for their hobbies and what kinds of motives were effective in participating in these activities were collected and analyzed. These data were reported and suggestions were made in the conclusion part.

### **Method**

Interview technique, one of the qualitative approaches, was used as the data collection method in the study. The main purpose of using the interview technique; to enter the inner world of the participant, to approach the events from his axis and to increase the validity of the research (Karataş, 2015: 71). In addition, in qualitative research, it is important for the validity of the study to explain the data collection-analysis process to the participants in detail and to provide direct quotations regarding the data (Yıldırım & Şimşek, 2011). In this context, paying attention to explaining the data collection-analysis process in detail to the participants, direct quotations related to the data were included in the study.

Within the scope of the research, online interview forms were sent to 49 people in total in March 2021. Percentage frequency analysis was applied to demographic questions from the data obtained from the participants. Qualitative analysis was conducted within the scope of phenomenology design for open-ended questions created according to the purpose of the study. The data obtained were presented descriptively by the method of phenomenology; Content analysis was applied to determine phenomenological codes. Phenomenology describes the common meaning of a few people's realized experiences with a phenomenon or concept. In addition, the concept of phenomenology aims to reduce personal experiences of a phenomenon to a universal explanation (Creswell, 2016: 77). In the conducted research, hobbies considered as recreational activities were considered as phenomena and tried to be explained through different experiences within the scope of the aims of the research.

In the content analysis conducted within the scope of the research, various themes were put into a table by considering their frequency levels. These themes in the table were scored according to the importance of the expressions. In this context, the participant was given 3 points for the first theme that came to mind, namely 3 points for the first theme, 2 points for the second theme and 1 point for the third theme he expressed.

### **Finding**

The frequency of the answers given for the factors that most motivate the participants to recreational activities are given in parentheses in order of priority. In this context, the entertainment motive that pushes the participants to recreation activities; The most important answer was given by four participants as the second important answer by one participant and as the third important answer by 4 participants. Therefore, the importance score of the hobby and leisure motive was determined as 18. The motivation for doing sports was expressed by eight participants in total. Five of these participants gave the motivation to do sports as the most important answer. In the scoring made according to the importance level, the score of the motivation to do sports was determined as 18. Another important motive in line with the answers given by the participants is the motivation for feeling good and health. Although this motive is expressed by many participants, it is seen that it is of secondary importance among the motives that push the participants to recreation activities. The total score for this motive is 17. In other motives, in order of importance; The score for the sensation seeking motive was 14, the score for the resting motive was 13, and the score for the regeneration motive was 12. In this context, the most important motives that push the participants to recreation activities for their hobbies are; It is seen that they have fun, exercise and feel good & health motives.

## **Conclusion**

It has been understood that regular hobby occupations have an important place in recreation activities. Within the scope of the research, it is seen that recreation activities for hobby purposes are more common in touristic destinations such as Izmir, Istanbul and Antalya.

It can be said that there is no big difference in the distribution of the participants who regularly do hobby activities according to gender. However, looking at the marital status of the participants who regularly engage in hobby occupations, it was seen that the single participants were twice as many as the married participants. The profile of the participants who regularly engage in hobby activities is generally; It has been understood that there are individuals with high education level, middle-high income, generation Y individuals. It can be said that these participants have been doing their hobby activities for a long time and they repeat these activities frequently.

As a result of the research, the motives that direct the participants, their hobbies to recreation activities; The motivation to have fun, to do sports, to feel good and to be healthy, the motivation to regenerate, to rest and to seek excitement have been identified. Although the motivation to feel good and to be healthy is an important factor in participating in these activities, it has been understood that it is mostly a secondary supportive motivation for the participants.

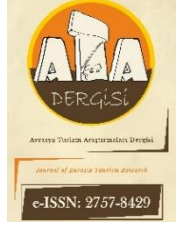
Another result of the research is the types of hobbies that the participants perform as recreational activities. In this context, it is striking that the participants did many different hobby activities. The most important of these activities are artistic activities, hiking & trekking, picnic activity, fitness and photography. In addition, it was observed that the activities performed by the participants were interrelated hobbies.

According to the results obtained in the study, the fact that hobby occupations constitute an important part of recreation activities shows that hobby occupations are important for recreation activities. In this context, in order to increase the level of participation in recreational activities, it is recommended that local administrations provide opportunities for hobby activities, allow the diversification of hobby types in cities and improve the existing facilities. In addition, it is recommended to open various courses for the local people to acquire a hobby and to expand these courses. In future studies, it is recommended to work on the factors that prevent the realization of hobby occupations as recreational activities.

Dergi Anasayfası: [ATA Dergisi](#)

# Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi

## Journal of Eurasia Tourism Research

Journal Homepage: [JETouR](#)

### COVID-19 Sürecinde Geliştirilen Akıllı Destinasyon Uygulamaları: Malaga Örneği

#### Smart Destination Implementations Developed During COVID-19: Malaga Case

Ezgi KARAKAŞ<sup>1,\*</sup>, Lütfi ATAY<sup>2</sup><sup>1</sup>PhD, Independent Researcher, Çanakkale, Turkey<sup>2</sup>Asst. Prof., Department of Travel Management and Tourism Guidance, Faculty of Tourism, Çanakkale Onsekiz Mart University, Çanakkale, Turkey

#### MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Makale Süreci:

Gönderim : 23 Haziran 2021  
 Düzeltilme : 1 Temmuz 2021  
 Kabul : 4 Temmuz 2021  
 Yayımlanma : 10 Temmuz 2021

Anahtar Kelimeler:

Akıllı Destinasyon  
 Malaga  
 COVID-19 ve Pandemi  
 Sürdürülebilirlik  
 Teknoloji

#### ARTICLE INFO

Research Article

Article history:

Received : 23 June 2021  
 Revised : 1 July 2021  
 Accepted : 4 July 2021  
 Available : 10 July 2021

Keywords:

Smart Destination  
 Malaga  
 COVID-19 and Pandemia  
 Sustainability  
 Technology

#### ÖZ

Akıllı anlayışının temelini oluşturan teknoloji ve sürdürülebilirlik kavramları, turizmde pandemi sonrası yeniden yapılanma sürecinde önemli bir hal almıştır. Bu doğrultuda, turizmde akıllı destinasyon yaklaşımına olan ihtiyaç giderek artmaktadır. Bu çalışma ile, akıllı destinasyon uygulamalarının turizmin yeniden yapılanma sürecine nasıl bir katkı sunabileceği incelenmektedir. Bu amaç doğrultusunda, Malaga destinasyonu örnek olay incelemesine tabi tutulmuştur. 2020 yılında gerçekteşen European Capital of Smart Tourism yarışması kapsamında, Avrupa Akıllı Turizm Başkenti seçilen iki destinasyondan biri olan Malaga'nın akıllı uygulamalar geliştirmek isteyen diğer destinasyonlar için başarılı bir örnek teşkil edeceği düşünölmüştür. Araştırma kapsamında, Malaga'nın bu süreçte geliştirdiği akıllı destinasyon uygulamaları, bu uygulamaların altında yatan nedenler ve etki düzeyleri incelenmiştir. Uygulanan stratejilerin ve çözümlerin Malaga turizminin iyileşmesine önemli ölçüde katkı sağladığı sonucuna varılmıştır.

[Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi](#) yayıncı [Bayram KANCA](#) tarafından [CC BY-NC-SA 4.0](#) ile lisanslanmıştır.

#### ABSTRACT

Technology and sustainability, the basis of the smart approach, have a key role for tourism in the post pandemic world. Accordingly, the need for a smart destination approach is increasing. This study aims to assess how smart destination implementations contribute to the rebuilding process of tourism. Therefore, Malaga is determined for the case study. Since the city is selected as one of the two capitals of European Smart Tourism for the competition - European Capital of Smart Tourism 2020, Malaga would be a very good leader for the other destinations, willing to improve smart destination implementations. Within the scope of the research, the developed smart implementations, their underlying reasons and effects are examined. It is concluded that the implemented strategies and solutions are quite beneficial for the improvement of Malaga tourism.

[Journal of Eurasia Tourism Research](#) by [Bayram KANCA](#) is licensed under [CC BY-NC-SA 4.0](#).

## 1. GİRİŞ

Günümüzde nüfus artışı eskiye oranla çok daha hızlı gerçekteşmektedir. Dünya nüfusunun, özellikle de kent nüfusunun hızla artması beraberinde birçok önemli soruna neden olmaktadır. Tüketimin ve karbon emisyonunun hızla artması birçok küresel çevre problemini doğurmakta; bu problemlerin en sık karşılaşılanları ise kaynak yetersizliği, küresel ısınma ve iklim değişikliği sorunları gelmektedir (Karakas, 2020). Aynı zamanda, bireysel yaşam kalitesini etkileyen; barınma, ulaşım, beslenme, temizlik vb. birçok yaşamsal problem de oluşmaktadır (Yalcinkaya vd., 2019). Bu çevresel, sosyal ve ekonomik problemleri en aza indirmek amacıyla, bilgi ve iletişim

\*Sorumlu yazar / Corresponding author



0000-0002-2413- 5036 (E. KARAKAŞ), 0000-0003-2598- 6227 (L. ATAY)



ezgisucu@hotmail.com (E KARAKAŞ), lutfiatay@comu.edu.tr (L. ATAY)



teknolojilerinden (BİT) yararlanmak, günümüz teknoloji çağında, en etkili yollardan biri olmaktadır. Günümüz dünyasında BİT, kaynak kullanımını optimize etmek ve bireysel yaşam kalitesini arttırmak için önemli bir faktör olarak gösterilmektedir (Buhalis ve O'Connor, 2005: 7). Bu kapsamda, 2000'li yılların başında akıllı şehir yaklaşımı doğmuştur.

COVID-19 sürecine kadar, dünyadaki turist sayısı da dünya nüfusu gibi her geçen gün hızlanan bir ivme ile artmaktaydı. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) 2019 verileri, dünya genelindeki turist sayısının 1,5 milyar olduğunu göstermektedir (UNWTO, 2019). Dünya ekonomisine en çok katkı sunan ve hızla büyüyen sektörlerden biri haline gelen turizmin; farklı sektörlerle ait birçok paydaşı ile kaynak tüketimindeki mevcut payı çok fazladır. Böylece, akıllı şehir kavramına benzer bir amaçla akıllı destinasyon yaklaşımı ortaya çıkmıştır. Akıllı destinasyon ile amaçlanan; sahip olunan inovatif ve teknolojik altyapısı ile destinasyonun yerel halkına ve turistine çevre dostu ve yüksek yaşam kalitesine sahip bir hizmet sunulmasıdır (Gretzel vd., 2015a; Gretzel vd., 2015b; Boes vd., 2016a; Boes vd., 2016b; Buhalis ve Amaranggana, 2014).

Akıllı bir destinasyonda, destinasyondaki faaliyetlerin çevredeki sensörler ve ağ altyapısı ile birbirine bağlı olması gerekmektedir (Nesnelerin interneti teknolojisi). Böylece, destinasyona yönelik gerçek zamanlı veri toplanmakta, analiz edilmekte ve işlenmektedir. İşlenen veriler ise, destinasyondaki problemlere çözüm olarak sunulmaktadır (Yalçınkaya, 2019: 86). Burada sahip olunan teknolojik alt yapı sadece bir araçtır; akıllı destinasyonun felsefesinin temelinde çevre dostu bir yaklaşım ile destinasyonun korunması ve özellikle turistlere yüksek yaşam kalitesi sunulması yatmaktadır. Günümüzde henüz akıllı destinasyon yaklaşımını benimseyen az sayıda turizm merkezi bulunmaktadır (Barselona, Malaga, Göteborg Helsinki, Breda, Lyon ve Ljubljana vb.).

Malaga, 2020 yılında kazandığı European Capital of Smart Tourism Yarışmasında kazandığı Avrupa Akıllı Turizm Başkenti ödülü ile dünyadaki en başarılı akıllı destinasyonlar arasında lider durumdadır. Bu nedenle, bu çalışma kapsamında Malaga destinasyonu tercih edilmiştir. Çalışmanın temel amacı, pandemi ve pandemi sonrası süreçte, turizmin yeniden yapılanmasına yönelik geliştirilen akıllı destinasyon uygulamalarını incelemektedir. Bu bağlamda, Malaga'da geliştirilen akıllı destinasyon uygulamaları ikincil veriler üzerinden araştırılmıştır. Mevcut uluslararası literatürde henüz akıllı destinasyon ve COVID-19 dönemine yönelik sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır (Bknz: Radojevic vd., 2020; Panagiotakopoulos vd., 2020; Bulchand-Gidumal, 2020; Calderon, 2020). Türkçe literatürde ise bu konuya ait bir çalışmaya rastlanmamıştır. Aynı zamanda, yapılan araştırmalar, COVID-19 sürecine yönelik belirli bir destinasyona ait akıllı uygulamaları inceleyen herhangi bir çalışmanın olmadığını göstermektedir. Bu nedenler doğrultusunda, yapılan bu araştırmanın literatüre önemli bir katkı sunacağı düşünülmektedir.

## **2. COVID-19 SÜRECİ VE TURİZM**

COVID-19'un hızla yayılmasıyla birlikte, dünya aniden enfeksiyon ve yüksek ölüm oranları tehdidiyle karşı karşıya kalmıştır. Hastalıktan müzdarip insanların korkutucu görüntüleri ve hastalığın ilk ortaya çıktığı ülke olan Çin tarafından alınan önlemler, dünyada bir şok etkisi yaratmıştır. Batı toplumlarında ise acil durum algısı, Kuzey İtalya basınında çıkan haberler sonrasında oluşmaya başlamıştır. Bu haberler, başka önemli bir tehde daha işaret etmektedir: 'Dünyanın en gelişmiş sağlık sistemlerinden birinin, aşı veya geleneksel tedavi mevcut olmadığı sürece bu ölçekte bir sorunla başa çıkamayacağı'. Bu nedenle, mevcut durumla başa çıkmanın en iyi yolu olarak, fiziksel mesafenin korunması ve diğer insanlarla sınırlı etkileşimin sağlanması çözümleri benimsenmiştir. Bir diğer söylemle; vatandaşların hem kendilerini hem de başkalarını koruyabilmek için aktif bir işbirliği içerisinde olması gerekmektedir (Radojevic vd., 2020: 221). Sonuç olarak; birçok sınır kapısının tamamen kapalı olduğu küresel seyahat kısıtlamaları getirilmeye başlanmıştır. Böylece turizm, pandemi sürecinden en çok etkilenen sektörlerin başında gelmiştir (UNWTO, 2021). Aynı zamanda, turizmin diğer birçok sektörle entegre çalışan bir yapıya sahip olması; turizmde oluşan bu hasarın birçok sektörü (gastronomi, hava taşımacılığı, kara taşımacılığı, otomobil, eğlence sektörü, imalat, bankacılık, finans, yönetim vb.) derinden etkilemesine neden olmuştur (Hussain vd., 2021: 129).

UNWTO, 2020 yılına yönelik tahminlerinde, uluslararası seyahatlerin %70 ile %75 oranında düşeceğini öngörmüştür. Bu oran uluslararası turizmin otuz yıl önceki seviyesine tekabül etmekte ve uluslararası turizm gelirinde 1,1 trilyon ABD doları ve küresel GSYİH'de tahmini 2 trilyon ABD dolarının üzerinde bir kayba neden olmaktadır (UNWTO, 2021). Ne yazık ki, turizm sektöründe istihdam edilen 120 milyonun üzerinde kişinin işsiz kalacağı beklenmekte; bu durumun ise uzun vadede küresel boyutta sosyo-ekonomik bir krize yol açacağı düşünülmektedir (Hussain vd., 2021: 129).

Tüm bu nedenler doğrultusunda, turizmi iyileştirme stratejileri üzerinde uzun zamandır çalışılmaktadır. Bu noktada, hizmetlerin üretilmesinde, sunulmasında ve turistlerin destinasyonlara yönlendirilmesinde, hem turizm paydaşları hem de turizm dışı sektörlerle işbirliği yapılması kilit faktörlerden birisidir (Hussain vd., 2021: 129). Dolayısıyla, turizm ve teknoloji arasındaki etkileşimin artırılmasına gereksinim olduğu gözlenmektedir. Pandemi süresince ve pandemi sonrası süreçte; insanların kendilerini güvende hissetmelerinin; sosyal mesafenin korunması

ve gerekli hijyenin sağlandığından emin olunması ile doğru orantılı olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, ateş taraması için sıcaklık kontrolü, temassız kontrol, dijital kimlik, i mekn doluluk kontrolü, robotlar, kalabalık ve trafik takibi, su kalitesi izleme vb. birçok önleyici teknoloji virüsün yayılma riskini azaltmakta ve bireylerin seyahat kararı almasında pozitif rol oynamaktadır (The IoT Market Place, 2021; Digiteum, 2021).

Aynı zamanda; sanal uygulamalar, artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik, yapay zeka vb. teknolojiler, turizm işletmeleri ve destinasyonların kendilerini tanıtmasında ve böylece daha çok ziyaretçi edinmelerinde aktif birer belirleyici haline gelmiştir (Bilişim Zirvesi, 2021). Son olarak, pandemi ile beraber daha sorumlu bir turizm anlayışına olan gereklilik artmaktadır. Bir açıdan, COVID-19 pandemi süreci destinasyonlara; daha sürdürülebilir bir gelecek için turizm politikalarını yeniden inşa etmeleri ve yeniden düşünmeleri için bir fırsat sunmaktadır. Günümüzde birçok destinasyon yönetim rgt, turizm pazar dilimlerini değerlendirmekte ve daha bilinçli turistleri bölgelerine çekmek için imaj çalışmaları yapmaktadır. Sorunsuz ve güvenli bir ziyaretçi deneyimi sunabilmek için daha sorumlu bir turizm modeli üzerinde çalışmaktadır (Global Data, 2021).

### 3. AKILLI DESTİNASYON MALAGA

Malaga Endülüs zerk Bölgesine ait Costa del Sol olarak adlandırılan Akdeniz sahil şerisinde yer almaktadır. 1.1 milyon nüfusa sahip olan şehir, İspanya'nın altıncı büyük şehridir. Bir zamanlar, 'Sevilla'nın fakir kuzeni' olarak lanse edilen ve turistler için sadece transfer noktası olarak tercih edilen şehir (Karakas, 2020), son 20 yıl içerisinde uyguladığı başarılı stratejiler sayesinde turizmde %184,41 büyüme kat ederek İspanya'nın en çok büyüyen destinasyonu olmuştur. 2005 yılı geceleme sayısı 972.466 (83 konaklama işletmesi) iken; bu rakam 2019 yılında 2.978.617'e (369 konaklama işletmesi) yükselmiştir (Travel Massive, 2020). Bu rakam, şehir ekonomisine 3.290.000 Euro katkı sağlamaktadır (Malaga Belediyesi, 2020). Benzer şekilde; 2020 yılı verileri Malaga Havaalanının (AGP) 135'den fazla destinasyona hizmet ettiğini göstermektedir (Travel Massive, 2020). Günümüzde Malaga; İspanya zellikle Endülüs Bölgesi için önemli bir ekonomik s haline gelmiştir. Aynı zamanda, şehir; zengin kültürel mirası, sosyal yaşantısı, müzeleri, sahilleri, kırsal bölgeleri, teknolojik altyapısı ve çoğu trafiğe kapalı caddeleri ile uluslararası düzeyde önemli bir turizm destinasyonu olmayı başarmıştır (Malaga Belediyesi, 2020).

İlk olarak şehir, 1992 – 1996 Plan I ve 1996 - 2000 Plan II (sürdürülebilir, evre dostu, sosyal ve kültürel kalkınma temelli, inovatif, vatandaş bilincine ve paydaşlar arası işbirliğine değer veren stratejilere sahip) ile sürdürülebilir ve stratejik turizm için adımlar atmaya başlamıştır. 1992 yılında şehre Parque Tecnolgico de Andalucıa (PTA) teknoparkının kurulması ise; bu sürece teknolojik ve inovatif bir bakış açısı kazandırmıştır. PTA şuan 640'dan fazla uluslararası (Samsung, Oracle vb.) ve ulusal teknoloji firmasına ev sahipliği yapmaktadır (Malaga Belediyesi, 2020). PTA ile Malaga; yenilenebilir enerji, elektrikli mobilite, biyoenerji ve dijital birçok pilot proje üzerinde çalışmalar yapmaya başlamış ve sürdürülebilirlik ve teknoloji kavramlarını bütünleştiren bir merkez olmayı başarmıştır. Başka bir ifadeyle, Malaga akıllı yaklaşım temelinde ilerleyen bir şehir haline dönüşmüştür. Böylece, 2012 yılında şehir IBM tarafından akıllı şehir olarak tanınmıştır (The Travel Hero Podcast, 2021). Daha sonrasında ise, akıllı yaklaşımı ile turizm sektörünü entegre ederek akıllı destinasyon olma yolunda ilerlemiştir. Sonuç olarak, öncelikle 2019 yılında European Capital of Smart Tourism (Avrupa Akıllı Turizm Başkenti) yarışması erişilebilirlik kategorisi birincisi seçilmiş; 2020 yılında ise tüm kategorilerde başarı sağlayarak Avrupa Akıllı Turizm Başkenti seçilen iki destinasyondan biri olmuştur (Karakas, 2020: 94). Malaga bu dönüşüm sürecinde erişilebilirlik, mobilite, teknoloji ve sürdürülebilirlik alanlarında ulusal ve uluslararası birçok önemli ödüle layık görülmüştür (Karakas, 2020: 94).

Malaga, dönüşüm sürecinde, yapılan planlamalar ve geliştirilen stratejiler konusunda, paydaşlar arası işbirliğine büyük önem vermiştir. Aynı zamanda; hem yerel yönetimin hem de yerel halkın evre, teknoloji, turizm vb. alanlarda bilinçli bir yapıya sahip olması için çaba sarf etmiştir. Turizme yönelik net bir vizyon belirleyerek; şehri bir kültür merkezi haline getirmeyi amaçlamıştır. İçerisinde Picasso Müzesi, Thyssen Müzesi ve Pompidou Müzesi gibi uluslararası markaları barındıran 38 müze açmış ve 50'dan fazla turizm alanını yeniden yapılandırmıştır. Erişilebilirlik ve mobilite kavramlarına büyük önem vermiş, tüm şehri (turizm merkezleri, müzeler, oteller vb. dâhil) engelli bireylerin yaşam kalitesini gözetererek düzenlemiştir. Toplu taşıma ağını çok geliştirmiş; evre dostu bir ulaşım benimsemiştir (Elektrikli otobüsler, elektrik şarj istasyonları, micro mobilite, bisiklet yolları vb.). Buna ek olarak; birçok cadde trafiğe kapatılarak yayalara öncelik sağlanmıştır (Karakas, 2020; Malaga, 2020; Travel Massive, 2020). Son olarak ise, sadece ticari amaçla kullanılan limanı; yarımadanın ikinci, Akdeniz'in ise altıncı büyük turizm limanı haline dönüştürmeyi başarmıştır. 2019 yılında limana 477.001 yolcusu ile 288 yolcu gemisi yanaşmıştır (Travel Massive, 2020).

### 4. COVID-19 SÜRECİNDE MALAGA'DA GELİŞTİRİLEN AKILLI DESTİNASYON UYGULAMALARI

İspanya, COVID-19'dan en çok darbe alan ülkelerin başında gelmektedir. Birçok ülkeye kıyasla uzun bir süreç olan 14 Mart ile 21 Haziran 2020 arasında, ülkede tam kapanma tedbirleri uygulanmıştır. lke turizmi ise bu süreçte büyük zarar görmüştür. Malaga Uluslararası Ekonomi Geliştirme Yöneticisi olan Sanderson, Malaga'nın

akıllı destinasyon yaklaşımı ve bu yaklaşım ile kazandığı hızlı, atik ve yeni fikirlere istekli yapısı sayesinde (The Travel Hero Podcast, 2021) pandemi sürecinde nasıl ilerleyeceği konusunda farklı çözüm uygulamalarına adapte olmayı başardığını belirtmektedir (Independent, 2021).

Pandemi ile mücadele sürecinde, Malaga'nın en öncelikli stratejilerinden biri, destinasyona ait tüm paydaşları dâhil eden bir çözüm ortamı yaratmaktır (Independent, 2021). Paydaşlar arası işbirliği, Malaga'nın, akıllı destinasyon yaklaşımına ait en temel kazanımlarından biridir ve zaten uzun zamandır uygulanmaktadır (Karakas, 2020). Bu süreçte de Malaga; hem sektörel hem de merkezi hükümet, Endülüs Kurulu ve Malaga Belediyesi gibi üst düzey tüm paydaşları dâhil eden birçok turizm forumu ve sektör toplantısı gerçekleştirmiştir. Burada amaç, kendi yol haritalarını ve planlarını zaten çizmiş çok uluslu şirketlerin veya zincir otellerin yanı sıra, desteğe ihtiyaç duyan yerel işletmelerin (oteller restoranlar, havaalanı, tur operatörleri, müzeler, kongre merkezleri vb.) ihtiyaç noktalarına ve nasıl ilerlemeleri gerektiğine karar vermektedir. Buna ek olarak; bir diğer önemli husus karar mercilerinin aynı paydada olduğundan emin olmak ve sektöre ait standart protokoller yaratmaktır. Otellerin, restoranların, müzelerin vb. aynı zamanda açılması; sosyal mesafe ve hijyen konularında aynı protokolleri uygulaması vb. noktalarda belirli bir standardizasyon sağlamak amaçlanmaktadır. Aynı zamanda, turizmin yanı sıra, belediye tarafından yönetilen Malaga kent forumları gerçekleştirilmiş ve büyük çaplı bir iyileştirme planı oluşturulmuştur. İyileştirme planına ait altı kilit faktörden biri ise turizm olarak belirlenmiştir (Travel Massive,2020). Bu doğrultuda atılan adımlardan biri, paydaşlar arası işbirliği temelinde; Malaga Havaalanı, AENA (İspanyol Havalimanları ve Hava Navigasyonu Sorumlusu), Costa Del Sol ve şehrin tüm turizm departmanları katılımında yeni bir çalışma grubu oluşturulması ve böylece Avrupa pazarlarında hava bağlantılarının yeniden kurulması olmuştur (Mediterranean Observer, 2021).

Aynı zamanda, Ağustos 2020'de Malaga dijital pasaport için pilot şehirlerden biri olmak için Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) ile ileriye dönük bir anlaşma imzalamıştır (Independent, 2021). Günümüzde Digital Green Certificate olarak adlandırılan dijital pasaport ile amaçlanan uluslararası serbest ve güvenilir dolaşımın eskisi gibi sağlanması ve turizmin hareketlenmesidir. Şuan sadece Avrupa Birliği ülkeleri için geçerli olan bu sertifika ile kişi, seyahat esnasında COVID-19'a karşı aşılandığını, negatif bir test sonucu aldığını veya COVID-19'dan iyileştiğini kanıtlayabilmektedir (European Commission, 2021). Tüm bunlara ilaveten, Malaga'da uzun zamandır uygulanmakta olan ve akıllı destinasyon yaklaşımına yönelik bir diğer temel faktör olarak gösterilen kamu özel işbirliği modeli (PPP) (Yalcinkaya ve diğ., 2018: 90) bu süreçte de, özellikle finansal kaynak temininde Malaga'nın kilit stratejilerinden biridir. Örnek olarak, destinasyona ait özellikler ve çok çeşitli aktiviteler ülke çapında bir dizi kampanya ile desteklenmektedir (Mediterranean Observer, 2021).

Geliştirilen bir diğer stratejik çözüm ise, Malaga Belediye Meclisi tarafından yürütülen ve Türkçe Malaga senin için güvenli anlamına gelen "Malaga Safe for You" inisiyatifidir. Bu temelde, hem yerel halka hem de turistlere yönelik çok dilli bir web sitesi (malagaciudadsegura.com) oluşturulmuştur. Malaga Safe for You ile asıl amaçlanan, insanlara Malaga'yı ziyaret etmeleri için her şeyin yolunda olduğuna dair güvence sunmak; turizm endüstrisini ve kültürünü yeniden faaliyete geçirmektedir. Bu program kapsamında, inisiyatife katılan şirket ve derneklere başlangıç olarak 30.000 ücretsiz test sağlanmış (PPP modeli ile); bu testler haftalık olarak uygulanmıştır. Aynı zamanda, katılan paydaşlara güvenilir olduklarına dair sergileyebilecekleri katılımcı rozetleri verilmektedir. (Malaga Ciudad Segura, 2021). Açık veri temelli geliştirilen web sitesi ile de insanlar şehirde neler olup bittiğine dair en son bilgilere ve verilere ulaşabilmektedir (açık olan restoranlar, ulaşım imkânları vb.) (Travel Massive,2020). Ayrıca, gelen turistlere yönelik güvenilir koridor sistemi oluşturulmuştur. Böylece; Malaga havaalanına veya tren istasyonuna gelen bir turist oteline ulaşana dek geçireceği tüm sürecin (havaalanı, taksi, belediye otobüsü vb.) uygulanan antijen testleri (sonrasında ise aşılama) ile güvenilir olması sağlanmaktadır (Independent, 2021).

Pandemi ile mücadele sürecinde Malaga'nın temel aldığı bir diğer akıllı destinasyon bileşeni ise yaşayan laboratuvar (Gulmont vd., 2017: 64-65) yaklaşımıdır. Bu bağlamda, turizme yönelik yerel ve farklı fikirler toplamak amacı ile Malaga; yerel halkın, şehirdeki teknoloji firmaların ve girişimcilerin dâhil olabileceği bir yarışma (Malaga Tourism Challenge) ve hackathon (yazılım yarışması) düzenlemiştir. Katılımcılar tarafından toplam 303 öneri sunulmuştur. Yarışmanın kazananı 'akıllı tur rehberi' projesidir. Akıllı tur rehberi, farklı yerlerde sunulan (müzelere, turizm noktaları vb.) tüm farklı sesli rehberleri bir araya getirmekte ve böylece her yerde farklı bir makine kiralama gereğini ortadan kaldırmaktadır (Independent, 2021). Böylece, sesli rehber cihazlarına ihtiyacın ortadan kalkması ile, turistlere yönelik daha hijyenik, erişilebilir ve sürdürülebilir bir inovatif çözüm ortaya sunulmuştur. Hackathon'un kazananı ise, insanların tek bir platformda daha uzun bir süre boyunca alan kiralamasına izin veren birlikte yaşam aracıdır. Hackathon'un temeli, yeniden yapılanma süreci için de anahtar faktör olarak gösterilen, açık veriye dayanmaktadır. Açık veri ise, Malaga'nın akıllı destinasyon yaklaşımında en başarı gösterdiği bileşenlerin başında gelmektedir. Malaga şuan 912 veri kümesi ve 2200'den fazla kaynak ile İspanya'da en fazla kayıtlı açık veriye sahip şehirdir (The Travel Hero Podcast, 2021).

Açık veri temelinde, turizmde COVID-19'un etkisini kırmaya yönelik geliştirilen diğerk akıllı uygulama ise **“Victoria the Malaguena”** olarak adlandırdıkları sohbet robotudur (chatbot). Victoria; Malaga ile ilgili güncel veriler sunan ve dolayısıyla hem yerel halkın hem turistin şehre yönelik sorular sorup iletişim kurabileceğı bir sohbet robotudur. Herhangi bir bilgisayar, IOS veya Android mobil cihazından Facebook, Google Asistan veya Messenger ara yüzleri kullanılarak erişilebilmektedir. Uygulama tarafından sunulan bilgiler şu şekildedir: coğrafi konum verileri, olanaklar (pazarlar, kültürel etkinlikler, taksiler, trafik durumu vb.), otobüsler (bekleme süresi, duraklar vb.), restoranlar (istediğiniz yemek türüne göre uygun restoran önerisi vb.), yol tarifi veya Malaga hakkında ilginç bilgiler (yaygın yerel ifadeler, ünlü insanlar vb.). Sunulan tüm veriler Belediye Bilgi İşlem Merkezi Açık Veri Ekibi tarafından sağlanan açık veri koleksiyonuna dayanmaktadır (Malaga Turismo, 2021a). Bu uygulama sayesinde, bilgiye erişmek için başvuracağımız standart yollara gereksinim (turist bilgilendirme merkezlerine danışmak, broşür almak vb.); dolayısıyla farklı kişilere veya nesnelere yönelik temas en aza indirgenmektedir (Travel Massive, 2020). Teması azaltmak için başvuru akıllı çözümlerden bir diğeri ise şehirde zaten on yılı aşkın süredir kullanılan QR kodların daha da artırılmasıdır. Bu süreçte, özellikle eskiden QR kod teknolojilerinden yararlanmayan yerel işletmeler (otel, restoran, kafe vb.) üzerinde durulmaktadır. Önceden yararlanılan ve bu süreçte etki alanı artırılan bir diğerk akıllı çözüm ise beacon / düşük enerjili bluetooth (BLE) teknolojisidir. Malaga'da şuan; turistlere beş farklı dilde bilgi sağlamak ve yapılan yüz yüze ziyaretlerden, tur rehberlerinden vb. anonim veri toplamak amacıyla toplam 61 beacon bulunmaktadır (The Travel Hero Podcast, 2021).

Bu süreçte oluşturulan bir diğerk akıllı uygulama ise, Malaga turizmi için büyük önem taşıyan ve genel itibari ile insan yoğunluğunun çok fazla olduğu kumsallara yöneliktir. Aşırı kalabalığın sosyal mesafeyi korumayı imkânsız hale getirdiğı Malaga plajları özellikle 2020'nin yaz aylarında çoğu kez kapatılmak durumunda kalmıştır. Bu nedenle Eyalet Hükümeti, Malaga Üniversitesi Kıyı ve Deniz Bilimleri kürsüsünden ve EDANYA büyük veri analizi araştırma grubundan bu duruma bir çözüm bulmasını istemiştir. Çözüm olarak, sensörlerden ve sahil çalışanlarından aldığı verilerle, yapay zekâ teknolojilerinden ve büyük veri analizinden yararlanarak, tahmini algoritmalar oluşturan bir akıllı uygulama geliştirilmiştir. AforoCostadDelSol.es web sayfası ve mobil uygulaması oluşturulmuştur. Bu uygulama ile kullanıcılara Malaga sahil şeridinde bulunan tüm plajlar için mevcut doluluk oranı, insan yoğunluğu, hava sıcaklığı, su sıcaklığı, rüzgâr hızı ve yönü, akıntılar, dalga yüksekliğı, deniz yosunu veya denizanası varlığı vb. birçok konuda veriler sunulmaktadır. Böylece, bireylerin seyahat kalitesini artırmanın yanı sıra sosyal ve fiziksel mesafenin korunması amaçlanmaktadır (Independent, 2021). Bu uygulama aynı zamanda Victoria sohbet robotu ile entegre çalışmaktadır (Travel Massive,2020). Başka bir ifade ile, plajlara yönelik gerçek zamanlı verileri Victoria sohbet robotu aracılığı ile öğrenmek de mümkündür.

Turizmde yeniden yapılanma amacıyla yararlanılan bir diğerk akıllı uygulama ise veri paylaşımı temelinde oluşturulmuş Network and Connect Andalucia (NAC) platformudur. Endülüs'te bulunan turizm şirketleri verilerini bu platform üzerinde paylaşmakta; karşılığında ise akıllı bir veri panosu aracılığı ile müşteri verilerine ve paylaştıkları içeriklerin turizm performansına yönelik bilgi edinebilmektedir (Travel Massive,2020).

Son olarak, Malaga Mart 2021'de, akıllı destinasyonun temel taşları olan inovasyon, teknoloji, sürdürülebilirlik ve erişilebilirlik alanlarında 50'den fazla projeye pandemi sonrası yeniden yapılanmayı hedef alan Turizm 2021 - 2024 planını yayınlamıştır. Bu kapsamda, uygulanması planlanan başlıca akıllı uygulamaların şu şekildedir (Malaga Turismo, 2021b: 40):

- Mevcut bilgi ihtiyaçlarının ve bu ihtiyaçları giderebilecek hali hazırda bulunan kaynakların belirlendiğı bir harita oluşturulması,
- İlgili pazar dilimine yönelik veri toplamak amacıyla CRM (Müşteri ilişkileri yönetimi) altyapısı kurulması
- Turizm gözlemevi tarafından sağlanan verilerin iyileştirilmesi,
- Bölgeye uygun yeni teknolojilerin belirlenmesi ve uygulanması için yeni bir mekanizma kurulması (Teknolojik Gözetim, Planlama ve Fırsat Tespiti ve Takip Faaliyetleri),
- Malaga kent konseyinin INSTO'ya (UNWTO International Network of Sustainable Tourism Observatories) girmek için adaylığını sunması ve Malaga'nın turizm sürdürülebilirliğinde bir dünya ölçütü haline getirilmesi,
- Sosyal medya, POS, mobil cihazlar, sensörler ve uygulamalar aracılığı ile toplanan, güvenilir, başka projeler ile entegre olabilen bir 'turizm büyük veri sistemi' geliştirmesi,
- Malaga'ya eş zamanlı karar verme yetisi sunan dijital gösterge paneline sahip bir akıllı araç tasarlanması.

Turizm planına ek olarak; ilerleyen yıllarda Malaga tarafından geliştirilmesi amaçlanan bir diğerk akıllı destinasyon uygulaması ise insanların şehri ve şehirdeki yenilikleri keşfetmesine olanak sağlayan Pokemon Go'ya benzer bir sanal gerçeklik oyunudur (Independent, 2021). Böylece, turistlere, hem geçmişe hem günümüze yönelik unutamayacakları bir deneyim yaşatılması amaçlanmaktadır.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünya nüfusunda oluşan hızlı artış ve beraberinde getirdiği hızlı tüketim dolayısıyla; çevresel, sosyal ve ekonomik birçok küresel problem meydana gelmektedir. İklim değişikliği, küresel ısınma, kaynak yetersizliği ve açlık bu küresel sorunların en başlıcalarındandır. Günümüz teknoloji çağında, bu problemlere en etkin çözüm olarak bilgi ve iletişim teknolojileri gösterilmektedir (Karakaş, 2020).

Teknolojik çözümlerin sürdürülebilirlik ve çevresel koruma için üsteleneceği rolün önemini fark eden Malaga, bu unsurları turizm endüstrisi ile entegre ederek daha çok turist çekmeyi hedefleyen stratejiler geliştirmeye başlamıştır. Böylece, inovatif çözümler için PTA'nın orada olmasından büyük avantaj sağlayan destinasyon, turist deneyimini her zamankinden daha kolay, kullanışlı ve keyifli hale getiren akıllı uygulamalar geliştirmeye başlamıştır. Sonuç olarak; çevre dostu ve yaşam kalitesi odaklı yaklaşık 20 yıllık bir değişimin ardından; şehir, önceden sadece bir transit yolcu şehri iken çekici ve popüler bir turizm destinasyonuna dönüşmeyi başarmıştır. 2019 yılında akıllı destinasyonların yükselen yıldızı haline gelen Malaga, o yıl 3 milyon turiste ev sahipliği yapmıştır (Outbox Consulting, 2021). 2020 yılında ise, European Capital of Smart Tourism yarışması kapsamında Avrupa Akıllı Turizm Başkenti seçilen iki destinasyondan biri olmuştur.

2019 yılının sonlarında başlayan COVID-19 salgının tüm dünyayı etkisi altına alması ile beraber; küresel düzeyde uygulanmaya başlanan tam kapanma, seyahat yasakları, uçuşların askıya alınması vb. tedbirler; turizm sektörünü bu süreçten en çok etkilenen sektörlerin başına getirmiştir. Dolayısıyla, turizmi temel sektörlerden biri yapan destinasyonların ekonomisinde ciddi zararlara yol açmış ve hala açmaktadır (Anadolu Ajansı, 2021).

Pandemiden en çok etkilenen ülkelerin başında İspanya gelmektedir. İspanya için ise turizm; hem ülke ekonomisinin temel taşlarından biri hem de sosyal kalkınma için önemli bir itici güçtür (OECD, 2021). Bu süreçte, Malaga'nın akıllı destinasyon yaklaşımını temel alan kalkınma stratejileri ve girişimleri; yerel halkın ve ziyaretçilerin yaşam kalitesine yönelik önemli bir katkı sağlamıştır. Aynı zamanda, pandemi sonrası turizm endüstrisini eski haline getirmek için sağlam bir temel oluşturmuştur (Outbox Consulting, 2021). Malaga Uluslararası Ekonomi Geliştirme Yöneticisi olan Sanderson, COVID-19 sürecinde geliştirdikleri akıllı uygulamalarından harika kazanımlar elde ettiklerini belirtmektedir. Pandemi ile neredeyse sıfırdan başlayan turizm endüstrisinde, Malaga, 2020 yaz aylarında, COVID-19 salgını henüz devam ederken bile, havaalanı ve tren kullanımında eskiye kıyasla %50'lik bir orana ulaşmıştır. Benzer şekilde, konaklama işletmelerinin %85'ini açık tutmayı başarmış ve %50 doluluk oranına erişilmiştir. Bu dönemde, gelen turistlerin %85'i İspanya'dan, diğerleri ise çoğunlukla Almanya, İngiltere ve Fransa olmak üzere Avrupa ülkelerindedir (Travel Massive, 2020). Günümüzde ise İspanya, dijital pasaport uygulaması temelinde, Haziran 2021 itibari ile sınırlarını tüm dünyadan turistlere açmış bulunmamaktadır. Buna ek olarak, kruvaziyer gemilerin de Haziran 2021'den itibaren ülke limanlarına yanaşmasına izin verilmektedir (Anadolu Ajansı, 2021).

COVID-19 döneminde Malaga'da geliştirilen akıllı uygulamalar başlıca dört temel faktör odağında geliştirilmiştir. 1. Üst düzey yönetimin de dâhil edildiği paydaşlar arası işbirliği, 2. Finansal kaynak sağlamada kamu özel işbirliği modeli (PPP), 3. Açık veriden yararlanma, 4. Hijyen ve mesafenin korunması ve turist deneyimini arttırmak amacıyla geliştirilen mobil uygulamalar. Paydaşlar arası işbirliği kapsamında, birçok turizm forumu ve sektör toplantısı gerçekleştirilerek paydaşların ihtiyaç noktalarına ve nasıl ilerlemeleri gerektiğine yönelik çözümler aranmıştır. Aynı zamanda, yapılan yarışmalar ve hackathon ile çözüm sürecine yerel halkın da katkı sunması sağlanmıştır. Açık veri temelinde ise başlıca Malaga Safe for You web sayfası, Victoria the Malaguena sohbet robotu ve AforoCostadDelSol.es kumsal uygulaması geliştirilmiştir. Son olarak, Malaga yeni yayınladığı Turizm 2021-2024 Turizm planında pandemi sonrası iyileşme sürecine katkı sağlayacak birçok akıllı uygulama üzerinde durmuştur.

Bu çalışmada, elde edilen sonuçlar ikincil veriler temel alınarak hazırlanmış; ampirik veriler ile desteklenmemiştir. Bu nedenle, ilerleyen zamanlarda, COVID-19 sürecinde geliştirilen akıllı destinasyon uygulamaları ve bu uygulamaların turizmin yeniden yapılandırılması üzerindeki etkisine yönelik birincil veriler dahilinde gerçekleşen araştırmalar yapılması önerilmektedir. Aynı zamanda, bu araştırma, 2020 Avrupa Akıllı Turizm Başkenti seçilen iki destinasyondan biri olan Malaga ile sınırlı kalmıştır. Dolayısıyla, sonraki araştırmaların farklı bir akıllı destinasyona yönelik olmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. Buna ek olarak; iki veya daha fazla akıllı destinasyona ait akıllı uygulamaları ele alacak ve kıyaslayacak bir çalışma yürütülmesi literatüre kapsamlı bir katkı sağlayacaktır. Son olarak ise, akıllı destinasyon yaklaşımını benimsemiş bir destinasyon ile geleneksel bir yapıya sahip başka bir destinasyonun COVID-19 sürecine yönelik geliştirdiği turizm iyileştirme stratejilerini inceleyecek ve kıyaslayacak bir araştırmanın yapılması önerilmektedir.

## TEŞEKKÜR

Bu araştırma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

## MENFAAT UYUŐMAZLIĐI

Yazarların, herhangi bir kurum ya da kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi ya da katılımı (hibe; eğitim bursları; konuşmacı bürolarına katılım; üyelik, istihdam, danışmanlıklar, hisse senedi sahipliği veya diğer öz özkaynak payları; ve uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki iliŐkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

## YAZARLARIN KATKILARI

E.K.: KavramsallaŐtırma, Yazın taraması, Yöntem, Veri Toplama, Analiz ve yorumlama.; L.A.: Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Proje Yönetimi, Danışmanlık, Nihai onayın verilmesi.

## ETİK BEYAN

Bu çalışma için Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi (ATA Dergisi) **Etik İlkeler ve Yayın Politikası** doğrultusunda Etik Kurul onayına ihtiyaç duyulmamaktadır.

## KAYNAKÇA

- Aforo Costa Del Sol (2021, Nisan 16). <https://aforocostadelsol.es/aforo/es/ciudad-malaga/malaga/playas/nombres/>
- Anadolu Ajansı (2021, Mayıs 5). *Avrupa Ülkelerini Yaz Turizm Sezonu Yaklaşırken Seyahatleri Kademeli Olarak Açıyor*. <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/avrupa-ulkeleri-yaz-turizm-sezonu-yaklasirken-seyahatleri-kademeli-olarak-aciyor/2254434>
- BiliŐim Zirvesi (2021, Mayıs 15). *Pandemi Sonrası Turizm 2020*. <https://bilisimzirvesi.com.tr/tr/etkinlikler/etkinlik/pandemi-sonrasi-turizm-2020>
- Boes, K., Buhalis, D. ve Inversini, A. (2016a). Conceptualizing Smart Tourism Destination Dimensions. *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*, 391-403.
- Boes, K., Buhalis, D. ve Inversini, A. (2016b). Smart Tourism Destinations: Ecosystems for Tourism Destination Competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 106-124.
- Buhalis, D. ve O'Connor, P. (2005). Information Communication Technology Revolutionizing Tourism. *Tourism Recreation Research*, 30(3), 7-16.
- Buhalis, D. ve Aditya, A. (2014). Smart Tourism Destinations. *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*, 553-564.
- Bulchand-Gidumal, J. (2020). Using Smart Tourism Destinations to manage post COVID-19 Travel & Tourism. Zutshi, V., Chowdhary, N., Singh, A.K., ve Lakhawat, P. (Ed.), *Rebuilding Tourism and Hospitality Sectors, 1-10. COVID-19 Crisis, Policy Solutions and the Way Forward* içinde. Bharti Publications.
- Calderon, A. H. (2020). Smart Tourism and Smart Destinations: The Path to Recovery Post Covid-19. *Scholar Insight Papers – UNT Global Digital Retailing Research Center*.
- Digiteum (2021, Mayıs 12). *5 Technologies for Travel and Tourism Industry in Post-COVID*. 5 Technologies for Travel and Tourism in Post COVID era | Digiteum.com
- European Commission (2021, Nisan 11). *EU Digital Covid Certificate*. [https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/safe-covid-19-vaccines-europeans/eu-digital-covid-certificate\\_en](https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/safe-covid-19-vaccines-europeans/eu-digital-covid-certificate_en)
- Global Data (2021, Mayıs 15). *Smart cities are the next step for urban tourism post-pandemic, says GlobalData*. Smart cities are the next step for urban tourism post-pandemic, says GlobalData - GlobalData
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z. ve Koo, C. (2015a). Smart Tourism: Foundations and Developments. *Electron Markets*, 25, 179-188.
- Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C. ve Lamsfus, C. (2015b). Conceptual Foundations for Understanding Smart Tourism Ecosystems. *Computers in Human Behaviour*, 50, 558-563.
- Gulmont, D., Lapointe, D. ve Sevigny, A. (2017). Changing Collaborative Practices in Tourism – a Living Lab Case. *Canadian Journal of Regional Science*, 40(1), 63-69.
- Hussain, A. ve Fuste-Forne, F. (2021). Post-Pandemic Recovery: A Case of Domestic Tourism in Akaroa (South Island, New Zealand), *MDPI Journal World*, 2, 127-138.
- Independent (2021, Nisan 3). *How Malaga is Using 'Smart Tourism' to Rebound from Covid*. How Malaga is using 'smart tourism' to rebound from Covid | The Independent
- Karakaş, E. (2020). *Akıllı Destinasyon Uygulamalarının Turistik Satın Alma Davranışı ve Yerel Halkın Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi* (YayımlanmamıŐ Doktora Tezi). Çanakkale Onsekiz Üniversitesi Turizm Fakültesi, Çanakkale.
- Malaga Belediyesi (2020). European Capital of Smart Tourism Press Kit.
- Malaga Ciudad Segura (2021, Nisan 4). <https://www.malagaciudadsegura.com/en/>.
- Malaga Turismo (2021a, Nisan 13). *"Victoria the Malaguena" chatbot*. Malaga European Capital of Smart Tourism 2020 (malagaturismo.com) Malaga European Capital of Smart Tourism 2020 (malagaturismo.com)

- Malaga Turismo (2021b, Nisan 9). *Plan Estrategico 2021 – 2024 Turismo De Malaga*. <http://s3.malagaturismo.com/files/933/933/plan-estrategico-turismo-2021-2024-def.pdf>
- Mediterranean Observer (2021, Nisan 11). *Malaga European Capital of Smart Tourism: Inspiring Other Cities on Tourism Recovery*. <https://mediterranean.observer/malaga-european-capital-of-smart-tourism-inspiring-other-cities-on-tourism-recovery/?pg=1>
- Outbox Consulting (2021, Mayıs 16). *Malaga and Its Transformation with “Smart Tourism”*. <http://outbox-consulting.com/malaga-and-its-transformation-with-smart-tourism.html>.
- Panagiotakopoulos, D., Mountzouri, A., Christodoulou, A. ve Metzitakos, R. (2020, Ekim). *Intelligent Ticket and Its Interaction with Transmedia Content in the Covid-19 Smart Tourism Era, Strategic Innovative Marketing and Tourism in the Covid-19 Era - 9th ICSIMAT Conference*'da sunulan bildiri. Zakynthos.
- Radojevic, B., Lazica, L. ve Cimbajevic, M. (2020). Rescaling Smart Destinations – The Growing Importance of Smart Geospatial Services during and after COVID-19 Pandemic. *Geographica Pannonica*, 24(3), 221-228.
- The IoT Market Place (2021, Mayıs 16). *Smart Tourism Post Covid*. IoT for Smart Tourism Post-COVID 19 ([the-iot-marketplace.com](http://the-iot-marketplace.com))
- Travel Hero Podcast (2021, Nisan 6). *300 seconds with Marc Sanderson | European Capital of Smart Tourism Spokesman | City of Málaga, Spain*. <https://travelhero.podigee.io/35-neue-episode>
- Travel Massive (2021, Nisan 3). *How Smart Tourism can Support the Recovery from the Covid-19 Pandemic – Live Event*. How Smart Tourism Can Support the Recovery from the COVID-19 Pandemic — LIVE Event | Travel Massive
- UNWTO (2021, Mayıs 5). *Tourism and Covid-19 – Unexpected Economic Impacts*. Tourism and COVID-19 – unprecedented economic impacts | UNWTO
- Yalçınkaya P., Atay, L. ve Karakas, E. (2018). Akıllı Turizm Uygulamaları, *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 2(2), 35-52.

## **EXTENSIVE SUMMARY**

### **Introduction**

Technology and sustainability, the basis of the smart approach, have a key role for tourism in the post pandemic world. Accordingly, the need for a smart destination approach is increasing. This study aims to assess how smart destination implementations contribute to the rebuilding process of tourism. Since Malaga is selected as one of the two capitals of European Smart Tourism for the competition - European Capital of Smart Tourism 2020, Malaga would be a very good leader for the other destinations, willing to improve smart destination implementations. Within the scope of the research, the developed smart implementations, their underlying reasons and effects are examined.

### **Method**

In this study, Malaga destination was subjected to a case study based on secondary data

### **Finding**

Smart implementations developed by Malaga during Covid-19 are based on four main factors: cooperation among stakeholders, public private partnership (PPP), open data technology and mobile applications improved to protect hygiene and social distance as well as to enhance tourist experience. Within the scope of cooperation among stakeholders, so many different forums and meeting were held to figure out the needs of each stakeholder and to lead their recovery processes. Moreover, local people were also involved in the solution creation process through competitions and Hackathon. On the basis of open data, Malaga Safe for You website, Victoria the Malaguena chatbot and AforoCostadDelSol.es beach application have been developed, Finally, Malaga has focused on many smart applications that will provide quite important contribution to the post Covid-19 recovery process in Tourism Plan 2021 – 2024, newly published.

### **Conclusion**

Spain is one of the countries most affected by Covid-19. Also, tourism is one of the core stones of the country's economy and an important driving force for the social development. During Covid-19, the development strategies and initiatives improved based on Malaga's smart destination approach have made a significant contribution to local people' and tourists' quality of life. Also, these smart solutions have provided a basis to rebuild tourism sector for a post pandemic period. In other words, Malaga has gained succesful returns through it smart destination approach during Covid-19. In tourism, which is restarting from almost zero, Malaga has succeed to reach fifty percent in the use of airports and trains during 2020 summer, even the pandemic was still ongoing. Similarly, Malaga was able to keep 85% of the accommodation establishments open and reached an occupancy rate of fifty percent.