



TURİZM FAKÜLTESİ DERGİSİ

Yıl: 2024 Cilt: 27 Sayı: 1



e-ISSN: 2687-1912



e-ISSN: 2687-1912

İmtiyaz Sahibi

Prof. Dr. M. Naci BOSTANCI

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Rektörü

Danışma Kurulu

Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU	AHBV Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı
Prof. Dr. Azize HASSAN	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Burhan KILIÇ	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Cüneyt TOKMAK	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Prof. Dr. Elbeyi PELİT	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA	Kayseri Üniversitesi
Prof. Dr. Oktay EMİR	Afyon Kocatepe Üniversitesi

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü

Prof. Dr. Hakan KOÇ

Editör

Doç. Dr. Mustafa Murat KIZANLIKLİ

Editör Kurulu

Prof. Dr. Artur KOZLOWSKI	Gdansk WSB Schools of Banking
Prof. Dr. Carlos COSTA	University of Aveiro
Prof. Dr. Evren GÜÇER	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Alper İŞİN	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
Doç. Dr. Cemal Ersin SİLİK	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Naringül MARGAZIYEVA	Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi

Türkçe Dil Editörü

Doç. Dr. Hakan AKCA

Yabancı Dil Editörü

Prof. Dr. Yalçın ARSLANTÜRK

Dizgi & Tasarım

Arş. Gör. Ayşe Selin DÜLGER



SAYI HAKEM KURULU

Prof. Dr. Burhan KILIÇ	Hoca Ahmet Yesevi Üniversitesi / Kazakistan
Prof. Dr. Evren GÜÇER	Azerbaycan Mingeçevir Devlet Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan KOÇ	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Emin ARSLAN	Tokat Gazi Osman Paşa Üniversitesi
Doç. Dr. Erkan AKGÖZ	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Hakan KENDİR	Tokat Gazi Osman Paşa Üniversitesi
Doç. Dr. Şerif Ahmet DEMİRDAĞ	Giresun Üniversitesi
Doç. Dr. Üzeyir KEMENT	Ordu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ali İSKENDER	Atatürk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Aslı Özge Özgen Çiğdemli	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Esat ÖZATA	İstanbul Beyken Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fulden Nuray KÜÇÜKERGİN	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fulya SARPER	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mehtap Yücel GÜNGÖR	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Turan OKUL	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi

İÇİNDEKİLER

Turist Rehberlerinin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilim ve Yeterlikleri.....1-33
(*Lifelong Learning Tendencies and Competencies of Tourist Guides*)
Can KAHRİMAN & Sinan GÖKDEMİR
Araştırma Makalesi

**Ulusal ve Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Sertifika Kriterlerinin Karşılaştırılması:
Konaklama İşletmeleri Örneği34-57**
(*Comparison of National and International Sustainable Tourism Certification Criteria: The
Case of Accommodation Businesses*)
Ekrem BAY & Buket BULUK EŞİTTİ
Araştırma Makalesi

Ordu Aybastı İlçesi Gastronomik Kültürüne Yönelik İçerik Analizi.....58-85
(*Content Analysis of Ordu Aybastı District Gastronomic Culture*)
Ayşegül EKER, Üzeyir KEMENT & Faruk YÜKSEL
Araştırma Makalesi

Ekoturizm Eğitime İlişkin İçerik Analizi.....86-105
(*Content Analysis for Ecotourism Education*)
Olca SEZEN DOĞANCILI
Araştırma Makalesi

Lüks Kampçılık (Glamping) Turizmine Yönelik Bir Alanyazın İncelemesi.....106-122
(*A Literature Review on Luxury Camping (Glamping) Tourism*)
Caner YENİSOY & Selma MEYDAN UYGUR
Derleme Makale

Sürdürülebilir Gastronomide Menü Yönetimi: Bursa İli Örneği123-149
(*Menu Management in Sustainable Gastronomy: A Case Study of Bursa Province*)
Goncagül YILMAZ & Ayşe SÜNNETÇİOĞLU
Araştırma Makalesi

Turist Rehberlerinin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilim ve Yeterlikleri ¹

(Lifelong Learning Tendencies and Competencies of Tourist Guides)

Can KAHRİMAN ^{a*}

Sinan GÖKDEMİR ^b

^a Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turist Rehberliği Bölümü, Çanakkale- Türkiye (cankahriman.ck@gmail.com) <https://orcid.org/0000-0001-8228-9976>

^b Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü, Çanakkale- Türkiye (sinangokdemir@comu.edu.tr) <https://orcid.org/0000-0002-9360-086X>

MAKALE GEÇMİŞİ

Geliş Tarihi (Received):

14.12.2023

Kabul Tarihi (Accepted):

04.04.2024

Anahtar Kelimeler:

Turist Rehberi,
Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimi,
Yaşam Boyu Öğrenme Yeterliliği

Keywords:

Tourist Guide,
Lifelong Learning Tendency,
Lifelong Learning Competence

Makalenin Türü: Araştırma Makalesi

***Sorumlu Yazar:** Can KAHRİMAN

E posta: cankahriman.ck@gmail.com

Öz

İçinde bulunduğumuz dönemde teknolojiyi baz alan hizmet alanları hızlı bir şekilde gelişmektedir. Hız kesmeden yeni bilginin üretildiği dünyada, birey olarak ayakta kalmanın yalnızca “yaşam boyu öğrenme” ile mümkün olacağı düşünülmektedir. Turist rehberlerinin yaşamları boyunca öğrenme eğilim ve yeterliliklerinin var olması demek, onlara atfedilen “kültür elçisi” rolünü etkili biçimde gerçekleştirebilmeleri demektir. Bu durum farklı milletlerden oluşan turist toplulukları ile sürekli etkileşim hâlinde olan turist rehberleri için önemlidir. Bu çalışmada turist rehberlerinin yaşam boyu öğrenme eğilim ve yaşam boyu öğrenme yeterliliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Ulaşılan alanyazında turist rehberlerinin yaşam boyu öğrenme eğilim ve yeterlilikleri üzerine bir çalışmaya rastlanmaması ve rehberler için bu durumun ortaya konulması çalışmayı önemli kılmaktadır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Çalışma kapsamında 395 rehberden veri toplanmış ve sosyal bilimler için geliştirilen istatistik programı ile analize tabi tutulmuştur. Sonuç olarak turist rehberlerinin kendilerini en yeterli gördükleri alanın anadilde iletişimsel yeterlik ve yabancı dilde iletişimsel yeterlik olduğu saptanmıştır. Çalışmada turist rehberlerinin yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Gelecekte yapılacak çalışmalar için araştırmacılar konuya farklı değişkenler ekleyebilir veya turist rehberlerinin mesleki tecrübeleri baz alınarak yaşam boyu öğrenme seviyeleri belirlenebilir. Yapılacak olan çalışmaların alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Abstract

In the current era, service areas based on technology are rapidly advancing. In a world where new knowledge is constantly being produced, it is believed that as individuals, the only way to stay afloat is through "lifelong learning." For tourist guides, having a tendency for lifelong learning and competencies throughout their lives means effectively fulfilling the role of "cultural ambassador" attributed to them. This is particularly important for tourist guides who are in constant interaction with tourist groups from different nations. The lack of a study on the lifelong learning tendencies and competencies of tourist guides in the literature makes it significant to address this issue. This study aims to determine the lifelong learning tendencies and competencies of tourist guides. The absence of previous research on the lifelong learning tendencies and competencies of tourist guides in the literature and highlighting this situation for guides adds importance to this study. The study adopts a quantitative research method. Data were collected from 395 guides and subjected to analysis using statistical software developed for social sciences. As a result, it was found that tourist guides perceive themselves as most competent in native language communicative proficiency and foreign language communicative proficiency. The study revealed that tourist guides have high lifelong learning tendencies. For future research, researchers can add different variables to the study or determine the lifelong learning levels based on the professional experiences of tourist guides. It is believed that such studies will contribute to the literature.

Makalenin Künyesi: Kahriman C. & Gökdemir, S (2024). *Turist Rehberlerinin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilim ve Yeterlikleri*, AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi, 27 (1), 1-33.

DOI: <https://doi.org/10.55931/ahbvtd.1404927>

¹ 2021 tarihinde yayımlanmış olan “Turist Rehberlerinin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilim ve Yeterlikleri” adlı yüksek lisans tez çalışmasından türetilmiştir.

1. Giriş

İçinde bulunduğumuz dönemde teknolojiyi baz alan hizmet alanları hızlı bir şekilde gelişmektedir. Eğitim, öğretim ve bilginin giderek önem kazanmasıyla birlikte bilgi ve teknolojinin gelişim hızına yetişemeyen bireyler birçok konuda zorluk yaşamışlardır. Bundan dolayı bireyler sürekli olarak kendini geliştirme ve bilgilerini yenileme mecburiyetindedir. Hız kesmeden yeni bilginin üretildiği dünyada birey olarak ayakta kalmanın “yaşam boyu öğrenme” ile mümkün olacağı düşünülmektedir.

Yaşam boyu öğrenme konusundaki çalışmaların eğitim alanlarında öğretmenlere (Şahin ve Arcagök, 2014; Ayra ve Kösterelioğlu, 2015; Yaman ve Yazar, 2015; Kazu ve Erten, 2016; Gökyer, 2019) veya öğretmen adaylarına (Demirel ve Akkoyunlu, 2010; Şahin vd., 2010; Gencel, 2013; Tunca, Şahin ve Aydın, 2015; Özgür, 2016; Kahraman, 2019) yönelik yoğunlaştığı görülmektedir.

Turist rehberlerinin sahip olduğu bilgi ve beceriler, ülkeye ve ülke insanına karşı olumlu veya olumsuz düşüncelerin oluşmasında oldukça etkili rol oynayacaktır. Turist rehberleri bilgi ve becerileriyle, kişilere karşı tutumlarıyla turistlerin üzerindeki tedirginliği ortadan kaldırmalı ve onları ülkeden memnun bir şekilde uğurlamalıdır. Bu kapsamda düşünüldüğünde turist rehberlerinin, turistlerin gözünde ve ülkesi adına örnek teşkil edebilmesi için “sürekli öğrenen” konumunda olması gerekmektedir. Tıpkı öğretmenlerin öğrencilerini bilgilendirmek için sürekli bilgilerini güncel tutmak ve yaşanan gelişmeleri yakından takip etmek zorunda oldukları gibi, turist rehberleri de bilgilerini sürekli güncel tutmalı ve turistlere buna göre bilgi aktarımı sağlamalıdır. Turist rehberlerinin yaşamları boyunca öğrenme eğilim ve yeterliliklerinin var olması demek, onlara atfedilen “kültür elçisi” rolünü etkili biçimde gerçekleştirebilmeleri demektir. Turist rehberlerinin bilgiye ulaşma, sürekli öğrenme, gelişime açık olma isteğinin oluşturduğu yaşam boyu öğrenme eğilimlerini ve yaşam boyu öğrenme yeterliklerini oluşturan anahtar faktörleri, kültür elçisi rolü ile harmanlanmasının önem arz ettiği düşünülmektedir. Bu çalışmada turist rehberlerinin yaşam boyu öğrenme eğilim ve yeterliklerinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Yaşam boyu öğrenme konusunun genellikle eğitim alanında yoğunlaştığı görülmektedir. İnsanları bilgilendirme ve bilgi aktarımı sağlamada öğretmenlik gibi sürekli öğrenme ihtiyacı olan turist rehberliği mesleği ile ilgili bu konu, akademik anlamda daha önce çalışılmamıştır. Dolayısıyla bu çalışmanın alanyazına katkı sağlayacağı, turist rehberleri üzerinde bir bilinç oluşturacağı ve onlarda kendilerini geliştirme isteği yaratacağı düşünülmektedir.

2. Alanyazın Taraması

2.1. Yaşam Boyu Öğrenme

Yaşam boyu öğrenme 20. yy. başlarında John Dewey, Eduard Lindeman ve Basil Yeaxle tarafından değerlendirilmiştir (Ayhan, 2005'ten Aktaran; Ersoy ve Yılmaz, 2009). Özellikle 1970'li yıllara doğru yaşam boyu öğrenmeye artan ilgiyle birlikte UNESCO, yaşam boyu öğrenmeye ilişkin söylemlerin çerçevesinde önemli bir rol oynamıştır. “Öğrenmeyi

Öğrenme” başlıklı 1972 Faure Raporu, eğitimin artık elit insanların bir ayrıcalığı ya da sadece bir yaş grubu için bir unsur olmadığını belirtmiştir. Aynı raporda eğitimin hem evrensel hem de ömür boyu olması gerektiğinin önemi vurgulanmıştır (Faure, 1972). 1996 Delors Raporu’nda ise yaşam boyu öğrenme; bir toplumun “kalp atışı” olarak ifade edilmiştir. Ayrıca yaşam boyu öğrenme herkesin ihtiyaçlarına ve ilgi alanlarına göre, her yerde ve her zaman sınırsız, esnek ve yapıcı bir şekilde öğrenebileceği; “olmayı öğrenme, bilmeyi öğrenme, yapmayı öğrenme ve birlikte yaşamayı öğrenme” olarak dört boyuta dayanan bir ilke olarak görülmüştür (Delors, 1996). Yaşam boyu öğrenme, örgün ya da yaygın olarak tüm öğrenme faaliyetlerini kapsayan bireylerin bilgi düzeyleri, becerileri ve yetkinliğini geliştirmeyi amaç edinen, dinamik bir süreç olarak görülmektedir. Yaşam boyu öğrenme, sadece bireylerin yaşamları süresince edindikleri değerleri, becerileri, bilgileri ve anlayışları arttıran ve kuvvetlendiren bir süreç değil, aynı zamanda bunların gerçek yaşam içerisinde uygulanabilmesine olanak sağlayan ve bunları destekleyen bir kavramdır (Aspin ve Chapman, 2000; Rausch, 2003). Yaşam boyu öğrenme, “kişilere öğrenmeyi her yerde ve tüm hayat boyunca devam eden bir sürece dönüştürmekte ve bir nevi birey için ikinci bir fırsat oluşturmaktadır” (Soran, Akkoyunlu ve Kavak, 2006: 202).

Yaşam boyu öğrenmenin, Türkiye’deki alanyazında öğretmen adaylarına (Demirel ve Akkoyunlu, 2010; Şahin vd., 2010; Gencel, 2013; Tunca, Şahin ve Aydın, 2015; Özgür, 2016; Kahraman, 2019) ve iyi birey yetiştirme görevini üstlenen, kişilere yaşam boyu öğrenmeyi aşılama çalışan öğretmenlere (Şahin ve Arcagök, 2014; Ayra ve Kösterelioğlu, 2015; Yaman ve Yazar, 2015; Kuzu ve Erten, 2016; Gökçer, 2019) uygulandığı ve eğitim alanında yoğunlaştığı görülmektedir. Yapılan araştırmalarda öğretmen adaylarının ve öğretmenlerin yaşam boyu öğrenme düzeylerinin yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bu çalışmalara karşın Diker Coşkun (2009) Marmara Üniversitesi ve Yeditepe Üniversitesinde fen bilimleri, sosyal bilimler, sağlık bilimleri ve güzel sanatlar fakültesinde lisans öğrenimine 1. ve 4. sınıflarda devam eden 1545 üniversite öğrencisine uyguladığı çalışmada yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin düşük olduğunu belirtmiştir. Demirel (2009) ise çalışmasında yaşam boyu öğrenme ve teknoloji arasında etkileşim olduğuna vurgu yapmıştır. Çalışmada teknolojinin bilgiye erişim için bir araç olarak kullanılmasının yanı sıra, yaşam boyu öğrenmenin önüne çıkan problemleri de ortadan kaldıran önemli bir araç olduğu ifade edilmiştir.

Yabancı alanyazında ise genellikle kişinin yaşam kalitesini arttırmaya yönelik olan bu konu; istihdam edilebilirlik, sosyal medya, ülke eğitimi, sosyal katılım, hemşireler için yaşam boyu öğrenme, yaşlılar için yaşam boyu öğrenme, öğretmen adaylarının ve öğretmenlerin yaşam boyu öğrenme yeterlikleri ve eğilimleri gibi alanları kapsamaktadır (Laal ve Salamati, 2011; Mitkovska ve Hristovska, 2011; Ng, 2013; Kind ve Evans, 2015; Nguyen ve Walker, 2016; Tchamyu, 2018; Midtsundstad ve Nielsen, 2019). Daha eski çalışmalarda yaşam boyu öğrenme ve yeni eğitim düzeni (Saha, 2000), yüksek öğretimde yaşam boyu öğrenme (Kanpper ve Cropley, 2000), yaşam boyu öğrenme algoritmaları (Thrun, 1998), zekâ kavramı ve yaşam boyu öğrenmedeki başarısı (Sternberg, 1997) gibi konular mevcuttur.

Alanyazın incelendiğinde, Aksoy (2008), yaşam boyu öğrenme kavramını turizmle ilişkilendirdiği çalışmasında yaşam boyu öğrenme ve kariyer rehberliği ilkelerine paralel olarak öğrenme etkinliklerinin, istihdam edilebilirliğe olan faydasını ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu kapsamda yaşam boyu öğrenme etkinliklerinin, istihdam edilebilirlik anlamında etkili olduğu belirtilmiştir. Çalışanların işletmeye aidiyetinin artırılmasında, ortaya konulan mal ve hizmetin kalitesinin artırılmasında yaşam boyu öğrenmenin stratejik bir yol olarak değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Alanyazında turist rehberleri ve yaşam boyu öğrenme kavramlarının ilişkilendirildiği herhangi bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Bu konuda yalnızca Köroğlu, Köroğlu ve Asmadili (2019) tarafından yapılan “Turizm Rehberliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimlerinin Belirlenmesi” adlı çalışmaya ulaşılmıştır. Çalışmada turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin iyi bir rehber olabilmek kendilerini bireysel ve mesleki anlamda geliştirmesi gerektiği ifade edilmiştir. Bunun için yaşam boyu öğrenmenin gerekliliklerini yerine getirmek önem arz etmektedir. Bu kapsamda Balıkesir Üniversitesinde turizm rehberliği eğitimi alan 323 öğrenciye anket uygulanmıştır. Araştırmanın sonucuna göre, öğrencilerin yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin yüksek olduğu belirtilmiştir. Ayrıca öğrencilerin yaşam boyu öğrenme eğilimlerini kaybetmemeleri ve bunu bir yaşam tarzı olarak benimsemelerinin mesleğin başarısı için önemli olduğu ifade edilmiştir.

2.2. Yaşam Boyu Öğrenme Yeterlikleri

Değişim hızı yüksek ve birbiriyle iç içe olan bir dünyada, her insanın yaşam boyu, sürekli olarak geniş bir beceri ve yetkinliğe ihtiyacı vardır. Avrupa Referans Çerçevesinde tanımlandığı gibi temel yeterlilikler, daha eşit ve daha demokratik toplumlara ulaşmanın temelini atmayı amaçlamaktadır (Council Recommendation, 2018). Avrupa Referans Çerçevesinin belirlemiş olduğu sekiz anahtar yeterlik aşağıdaki gibidir (Figel, 2007):

- Anadilde İletişimsel Yeterlikler
- Yabancı Dilde İletişimsel Yeterlikler
- Öğrenmeyi Öğrenme Yeterliliği
- Bilim ve Teknolojide Matematiksel Temel Yeterlikler
- Dijital Yeterlik
- Kültürel Farkındalık ve İfade Yeterliliği
- Toplumsal ve Vatandaşlığa Ait Yeterlilikler
- Girişim ve Girişimcilik Duygusu Yeterliliği

Anahtar yeterlilikler farklı bağlamlarda ve çeşitli kombinasyonlarda uygulanabilir. Yeterlilikler birbirleriyle ilişkilidir ve bir konuda ihtiyaç duyulan unsurlar başka alandaki yeterliliğe destek sağlamaktadır. “Eleştirel düşünme, yaratıcılık, inisiyatif, problem çözme,

risk değerlendirmesi, karar alma, takım çalışması ve duygu yönetimi sekiz temel yeterlilikte rol oynamaktadır. (Figel, 2007; CouncilRecommendation, 2018).”

2.3. Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri

Bireyin bir şeye karşı yatkınlık ve istek duyması kişinin eğilimini göstermektedir. Aynı zamanda kişinin herhangi bir durum karşısında gerçekleştirmiş olduğu eylem de eğilim olarak tanımlanabilir (Öz, 2020). İnsanların sahip olduğu eğilimler doğuştan gelenler ve sonradan edinilenlerdir. İlkel dürtü ve isteklerle insanın kendini korumaya ve haz duymaya yönelik istekleri insanın doğuştan gelen eğilimlerini oluşturmaktadır. Sonradan edinilen eğilimler ise henüz ortaya çıkmamış, sonradan edinilen güçler ve kabiliyetlerdir (Gür Erdoğan, 2014).

Öğrenmeye isteklik; yaşam boyu öğrenme açısından sürekli olarak öğrenmeye, büyümeye ve gelişmeye devam etmeyi kapsayan doğal bir eğilimdir (Mccombs, 1991). Yaşam boyu öğrenme eğilimine sahip kişilerde güdülenme, sebat, öğrenmeyi düzenleme ve merak gibi özelliklerin bulunması gerekmektedir. *Gelişime açıklık;* sürekli öğrenmeye ve kendini geliştirmeye yönelik olan bir süreçtir. Gelişime açıklık seviyesi yüksek olan kişilerin hayal gücü yüksek, macera tutkunu, orijinal bir şeyler yaratma eğilimde olan kişiler olarak nitelendirilmektedirler. Turist rehberleri açısından, öğrenmeye isteklilik ve gelişime açıklık eğilimi ile yaşam boyu öğrenme işlevinin devam etmesi sağlanmalıdır. Gelişime açıklık seviyesi yüksek olan turist rehberlerinin mesleki gelişimde de ön plana çıkacağı düşünülmektedir. Aynı şekilde gelişime açıklık eğiliminin problem ve çatışmaları çözme anlamında turist rehberlerine yarar sağlaması beklenmektedir.

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın Amacı ve Hipotezleri

Bu çalışmada turist rehberlerinin yaşam boyu öğrenme eğilim ve yaşam boyu öğrenme yeterliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Turistlerle iç içe olan ve onlara bilgi aktarımı sağlayan turist rehberlerinin mevcut bilgilerini her zaman yenilemeleri gerekmektedir. Hem öğrenim hem meslek hayatında sürekli öğrenmeye ihtiyacı olan bir meslek olan turist rehberliğinde, yaşam boyu öğrenme önem arz etmektedir. Fakat turist rehberleriyle ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, turist rehberleri ve yaşam boyu öğrenme ilişkisini ele alan herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Yaşam boyu öğrenme konusu genellikle eğitim alanında, öğretmen veya öğretmen adayları üzerinde çalışılmıştır. İnsanları bilgilendirme ve bilgi aktarımı sağlamada öğretmenlik mesleğindeki gibi sürekli öğrenmeye ihtiyacı olan bir meslek olan turist rehberliği mesleğinde bu konunun daha önce akademik olarak incelenmemiş olması bu çalışmayı önemli kılmaktadır. Çalışmanın bu yönüyle alanyazına

katkı sağlayacağı ve turist rehberleri üzerinde bir farkındalık oluşturacağı, kendilerini geliştirme isteği yaratacağı düşünülmektedir.

Alanyazında yaşam boyu öğrenme eğilimlerin farklı değişkenler üzerinde etkisinin ve ilişkisinin ölçüldüğü çalışmada Ayra ve Kösterelioğlu (2015), öğretmenlerin yaşam boyu öğrenme eğilimleri ile mesleki öz yeterlik algıları arasındaki ilişkinin belirlenmesini amaçlamış ve pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı bir ilişki olduğunu saptamışlardır. Diğer bir çalışmada ise Ekşioğlu, Tarhan ve Gündüz, (2017), yaşam boyu öğrenme eğilimleri ile öz yetkinlik beklentisi ve kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Aynı zamanda lisans eğitimi, okunan bölüm ve cinsiyetin yaşam boyu öğrenme eğilimi üzerindeki etkisi de araştırılmıştır (Duymuş ve Sulak, 2018). Alanyazından hareketle araştırma hipotezi oluşturulmuştur:

H₁: Yaşam Boyu Öğrenme Eğiliminin, Yaşam Boyu Öğrenme Yeterliği üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

3.2. Evren ve Örneklem

Türkiye Turist Rehberleri Birliği Şubat 2020 verilerine göre Türkiye genelinde toplam 11.060 rehber bulunmaktadır. Araştırmanın evrenini 11.060 rehber oluşturmaktadır. Ancak 11.060 rehberin 8.889'u fiilen bu mesleği icra etmekte, yani aktif olarak çalışmaktadır. Bu bağlamda turist rehberlerinin yaşam boyu öğrenme eğilim ve yaşam boyu öğrenme yeterliklerini belirlemek amacıyla, mesleği günümüzde fiilen icra eden turist rehberlerinden 403 katılımcıya ulaşılmıştır bu sayı çalışmanın örneklem çerçevesini oluşturmaktadır.

3.3. Verilerin Toplanması

Bu araştırma için Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Bilimsel Araştırma Etik Kurulu tarafından E-84026528-050.01.04-2100009136 sayılı ve 19/01/2021 tarihli "Etik Kurul Onayı" alınmıştır. Araştırmanın verileri, anketlere yanıt vermeyi kabul eden rehberlerden elde edilmiştir. Anket üç bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde Şahin, Akbaşlı ve Yanpar Yelken (2010) tarafından geliştirilen 23 maddelik "Yaşam Boyu Öğrenme Yeterlik Ölçeği" (YBÖY) kullanılmıştır. İkinci bölümde ise Erdoğan ve Arsal'ın (2016) geliştirdiği 17 maddelik "Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimi Ölçeği" (YBÖE) kullanılmıştır. Her iki ölçekte Likert Ölçeğinin 5'li derecelendirilmesi ile sunulmuştur. Anketin üçüncü bölümünde ise katılımcıların betimleyici özelliklerini belirlemek amacıyla 11 soru yer almaktadır.

3.4. Veri Analizi

Araştırma kapsamında aktif olarak çalışan turist rehberlerine ulaşabilmek için öncelikli olarak ulaşım bakımından yakın olan turist rehberlerinden yüz yüze 30 adet ankete geri dönüş

sağlanmıştır. Daha sonra TUREB'e (Turist Rehberleri Birliği) bağlı 13 meslek odasına e-posta gönderilerek iletişime geçilmiştir ve anket formunun rehberlere ulaştırılması sağlanmıştır. Örneklem sayısını tamamlayabilmek adına sisteme kayıtlı telefon numarası bulunan turist rehberleri ile mesaj yoluyla iletişime geçilmiştir. Çalışma kapsamında dağıtılan 500 anket formunun 403'üne geri dönüş sağlanmıştır. Veri analizine uygun olmayan 8 anket formu değerlendirmeye alınmamış ve geriye kalan 395 anket istatistiki analizlere tabi tutulmuştur. Araştırmaya dâhil edilen anket formlarının sayısı, örneklemin evrenini temsil etmesi için yeterlidir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2012). Veriler analiz edilirken sosyal bilimler için geliştirilmiş olan istatistiki paket programdan yararlanılmıştır. Araştırmada güvenilirlik analizi, faktör analizi, korelasyon ve çok değişkenli regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir.

4. Bulgular

Katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımına bakıldığında erkek katılımcıların (%68) kadın katılımcılardan (%32) daha fazla olduğu görülmektedir. Medeni durumları incelendiğinde bekâr (%59) katılımcılar daha fazladır. Yaş aralıkları değerlendirildiğinde ise 26-31 yaş (%28,4) en yüksek orana sahiptir. Eğitim durumunda en yüksek katılımın Lisans (%56) ve Yüksek Lisans (%33,5) gruplarında olduğu görülmektedir. Katılımcıların çalışma kartlarının türüne bakıldığında ülkesel (%59) turist rehberleri sayısının bölgesel (%41) turist rehberlerine oranla daha fazla olduğu görülmektedir. Katılımcıların rehberlik eğitimlerini nereden aldıklarına ilişkin sorulan soruya göre eğitimini üniversiteden (%84) alanların sayısı sertifika programlarından (%16) alanlara göre daha fazladır. Rehberliği asıl iş olarak yapan turist rehberlerinin (%72,4) sayısı mesleği aslen yapmayanlara göre (%27,6) daha fazla olmuştur. Mesleki tecrübeler bazında bakıldığında en yüksek katılım 2-7 yıl (%33,7) olmuştur. Yılda ortalama çalışılan gün sayısında 180 günden fazla çalışanların sayısı (%33,5) en çok orana sahipken, 31-60 gün (%10,1) ise en düşük orana sahiptir. Hizmet verilen uyuğu ilişkin sonuçlara bakıldığında yabancı turistlerin (%51,4) çoğunlukta olduğu görülmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişkenler	Grup	N	%	Değişkenler	Grup	N	%
Cinsiyet	Kadın	126	32	Rehberlik Eğitiminin Alındığı Kurum	Sertifika Programı	63	16
	Erkek	269	68		Üniversite	332	84
Medeni Durum	Evli	162	41	Rehberliğin Asıl İş Olarak Yapılması	Evet	286	72,4
	Bekar	233	59		Hayır	109	27,6
Yaş	20-25	59	14,9	Mesleki Tecrübe	1 yıl veya 1 yıldan az	69	17,5
	26-31	112	28,4		2-7 yıl	133	33,7
	32-37	99	25,1		8-13 yıl	106	26,8
	38-43	65	16,5		14-19 yıl	43	10,9

	44 ve üzeri	60	15,1		20 yıl ve üzeri	44	11,1
	Lise	8	2		30 günden az	17	17,7
	Ön lisans	25	6,3		31-60 gün	40	10,1
Eğitim Durumu	Lisans	221	56	Yılda Ortalama Çalışılan Gün Sayısı	61-120 gün	79	20
	Yüksek Lisans	131	33,2		121-180 gün	74	18,7
	Doktora	10	2,5		180 günden fazla	132	33,5
Çalışma Kartı Türü	Bölgesel	162	41	Hizmet Verilen Uyrak	Yerli	192	48,6
	Ülkesel	233	59		Yabancı	203	51,4
Toplam		395	100	Toplam		395	100

Tanımlayıcı özelliklere ek olarak turist rehberlerine çalışma kartlarında bulunan diller de sorulmuştur. Açık uçlu olarak sorulan bu soruya 341 (%86,3) turist rehberi tek dil yazarken 54 (%13,7) turist rehberi ise birden fazla dil yazmıştır. Turist rehberlerinin çalışma kartlarında bulunan dillerde tek dil bilenler kategorisinde İngilizcenin (%61,2) diğer dillere oranla daha yoğun katılımcıya sahip olduğu görülmektedir. İngilizceden sonra yoğunluk Almanca (%6,7) olmuştur. Birden fazla dil bilenler kategorisine bakıldığında ise “Almanca-İngilizce” dillerini bilenlerin sayısının diğer dillere oranla daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır. Her iki kategoride de İngilizce bilenler ağırlıktadır. Genel toplama bakıldığında ise tek dil bilenlerin oranının (%86,3), birden fazla dil bilenlerin (%13,7) oranından fazla olduğu ortaya çıkmıştır.

4.1. Normallik Dağılımı

Hair vd. (2014) çarpıklık ve basıklık değerinin ± 1 olduğu durumlarda verilerin normal dağıldığını belirtmişlerdir. West vd. (1995), çarpıklık oranının ± 2 aralığında, basıklık değerinin ise ± 7 oranında olabileceğini ifade etmişlerdir. Kline (1998) ise sosyal bilimlerde çarpıklık değerinin ± 3 , basıklık değerinin ise ± 8 aralığında kabul edilebilir oranlar olduğunu ifade etmiştir.

Ölçek ifadeleri incelendiğinde Yaşam Boyu Öğrenme Yeterliklerini oluşturan 23 ifadenin en düşük çarpıklık değeri -2,906 / en yüksek çarpıklık değeri -,599 olarak; en düşük basıklık değeri -,569 / en yüksek basıklık değeri 6,480 olarak belirlenmiştir. Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri ölçeğini oluşturan 17 ifadenin ise en düşük çarpıklık değeri -1,793 / en yüksek çarpıklık değeri -,422 olarak; en düşük basıklık değeri -,897 / en yüksek basıklık değeri 4,569 olarak belirlenmiştir. Bu sonuçla birlikte elde edilen değerler incelendiğinde çarpıklık değerlerinin ± 2 ile ± 3 , basıklık değerinin ise ± 7 ile ± 8 aralığında olduğu görülmektedir. Sonuç olarak ulaşılan örneklem boyutunun 395 olması ve değerlerin istenen aralıklarda olmasıyla veriler normal dağılım göstermiştir. Verilerin normal dağılım şartlarını sağlaması parametrik analiz tekniklerinin yapılabilmesine imkân sağlamıştır.

Bu kısımda son olarak ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlikleri de test edilmiştir. Güvenirlik ve geçerlilik arasında yakın bir bağ bulunmaktadır. Güvenirlik ölçülmek istenen testin veya ölçeğin tutarlı ve istikrarlı olma derecesini gösterirken, geçerlilik ise ölçülmek isteneni ölçme derecesi olarak belirtilmektedir. İçsel tutarlılığın ölçülmesinde en yaygın kullanılan ölçüt Cronbach's Alpha katsayısıdır. Alpha değeri 0 ile 1 arasında yer almaktadır. Genel kabul gören bu değer 0,7 olmasıdır. Ancak bazı çalışmalarda bu değer 0,5'e kadar kabul edildiği görülmektedir. Tablo 1'de yaşam boyu öğrenme yeterlikleri ölçeğinin güvenilirlik analizi sonuçları yer almaktadır.

İfadeler çıkarılmadan önceki güvenilirlik analizi sonucunda 23 ifadeden oluşan Yaşam Boyu Öğrenme Yeterlikleri ölçeğinin Alpha değeri ,885; 17 Yaşam Boyu öğrenme Eğilimleri ölçeğinin Alpha değeri ,893 olarak bulunmuştur.

Tablo 2. Yaşam Boyu Öğrenme Yeterlikleri Ölçeği Güvenirlik Analizi Sonuçları

No	İfade Sayısı	Cronbach Alpha (α)	Madde Silindiğinde (α)	ss.	\bar{X}
Yaşam Boyu Öğrenme Yeterlikleri Ölçeği					
	21	,877	-----	7,065	4,48
Vatandaşlık Bilinci ve Girişimcilik Duygusu Yeterliliği					
	8	,868	-----	3,874	4,39
19	Fikirlerimi eyleme dönüştürebilirim		,845	,672	4,39
20	Yaratıcılığın, yenilikçiliğin ve risk almanın özelliklerini kullanarak herhangi bir görevi başarabilirim.		,868	,604	4,45
16	Sosyal hayata ve işe etkin ve olumlu bir şekilde katılabilirim		,870	,628	4,44
18	Aktif ve demokratik katılım sağlayabilirim.		,868	,636	4,41
17	Çeşitli topluluklara katılabilir ve gerektiğinde çatışmaları çözebilirim		,869	,793	4,27
21	Amaçlarımı gerçekleştirmek için projeler planlayabilir ve yönetebilirim		,869	,691	4,42
22	Kişisel, mesleki ve / veya ticari faaliyetlerdeki fırsatları değerlendirebilirim.		,870	,732	4,33
15	Öğrenme sürecimin ve ihtiyaçlarımın farkındayım, mevcut fırsatları belirleyebilirim ve başarılı bir şekilde öğrenmenin önündeki engelleri aşabilirim.		,870	,596	4,46
Yabancı Dilde İletişimsel Yeterlik					
	4	,904	-----	,292	4,47
6	...okuyarak algılayabilirim.		,863	,589	4,52

8	...dinleyerek algılayabilirim.			,884	,614	4,53
5	...ifade ederek yorumlayabilirim.			,864	,664	4,45
7	...yazarak yorumlayabilirim.			,863	,589	4,52
Anadilde İletişimsel Yeterlik		4	,895	-----	,107	4,89
4	...dinleyerek algılayabilirim.			,850	,318	4,89
2	...okuyarak algılayabilirim.			,865	,285	4,91
1	...ifade ederek yorumlayabilirim.			,867	,295	4,90
3	...yazarak yorumlayabilirim.			,880	,365	4,86
Bilim ve Teknolojide Matematiksel Temel Yeterlikler		3	,719	-----	,876	4,16
9	Günlük hayatta karşılaştığım çeşitli problemleri çözmek için matematiksel düşünceyi geliştirebilir ve uygulayabilirim.			,587	,833	4,09
11	Formüller, modeller, tasarımlar ve tablolar kullanabilirim.			,637	,853	4,02
10	Mantıklı ve özel yollar kullanabilirim			,658	,642	4,39
Dijital Yeterlik		2	,648	-----	,021	4,49
13	Teknolojiyi iş ve serbest zaman etkinlikleri için kullanabilirim.			-	,564	4,56
12	İnterneti bilgi depolamak, hatırlamak, geri yüklemek, değerlendirmek ve iletişim kurmak için kullanabilirim.			-	,622	4,42

Tablo 2’de yaşam boyu öğrenme yeterlikleri ölçeğinde yer alan ifadelerin Cronbach Alpha (α) değerleri, ifade silindikten sonraki α değerleri ve ifade sayıları, standart sapmaları ile ortalama değerlerine yer verilmiştir. Sonuçlara göre yaşam boyu öğrenme yeterlikleri ölçeği güvenilirdir. Vatandaşlık bilinci ve girişimcilik duygusu yeterliliği boyutu 8 ifadeden oluşmuştur ve aritmetik ortalaması (\bar{X} :4,39)’dur. Bu boyut içerisinde en yüksek ortalamaya sahip ifade ise (\bar{X} :4,46) ile 15 no’lu ifade olmuştur. Yabancı dilde iletişimsel yeterlik boyutu incelendiğinde 4 ifadeden oluşmuştur ve aritmetik ortalaması (\bar{X} :4,47)’dir. Bu boyutta en yüksek ortalamaya sahip ifade ise (\bar{X} :4,53) ile 8 no’lu ifade olmuştur. Anadilde iletişimsel yeterlik boyutu 4 ifadeden oluşmuştur ve en yüksek aritmetik ortalamaya sahiptir (\bar{X} :4,89). Bu boyutta (\bar{X} :4,91) ile 2 no’lu ifade en yüksek ortalamaya sahiptir. Dördüncü boyut incelendiğinde 3 ifadeden oluştuğu görülmektedir ve aritmetik ortalaması (\bar{X} :4,16)’dır. 10 no’lu ifade en yüksek ortalamaya sahiptir (\bar{X} :4,39). 2 ifadeden oluşan son boyut ise (\bar{X} :4,49) aritmetik ortalamaya sahiptir. Anket derecelendirmesi dikkate alındığında (1: Kesinlikle katılmıyorum--5: Kesinlikle katılıyorum) ifadelerin ve boyutların sahip oldukları ortalamalar yüksektir.

Tablo 3. Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri Ölçeği Güvenirlilik Analizi Sonuçları

No	İfade Sayısı	Cronbach Alpha (α)	Madde Silindiğinde ss. (α)	\bar{X}
----	--------------	-----------------------------	-------------------------------------	-----------

Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri Ölçeği		16	,887	-----	,916	4,56
Gelişime Açıklık		9	,864	-----	3,427	4,65
14	Bilgi ve teknolojilerdeki hızlı değişimlerden dolayı bilgilerimi yenilemek için sürekli öğrenmeye ihtiyaç duyarım			,840	,510	4,66
13	Kişisel ya da mesleki gelişimim için gerekli farklı alanlardaki bilgi ve becerilerle ilgili eğitim almayı isterim			,841	,558	4,66
16	Mesleki yetersizliklerimi gidermek için eğitim alma yolları ararım.			,847	,546	4,64
15	Mesleğimde karşılaşılabileceğim problemleri çözmek için çaba sarf ederim			,846	,482	4,71
11	Yeni şeyler öğrenmenin kendimi geliştirmeme katkı sağladığını düşünürüm			,850	,471	4,71
12	İnternetin farklı kültürleri tanımama sağladığını düşünürüm.			,852	,624	4,59
8	Yeni şeyler öğrenmekten zevk alırım			,849	,476	4,70
17	Mesleki kariyerde ilerlemeye önem veririm			,864	,608	4,64
9	Öğrenmede sürecinde ihtiyaç duyduğumda yardım istemekten çekinmem.			,856	,645	4,55
Öğrenmeye İsteklilik		7	,811	-----	3,219	4,45
1	Kendi yeterliliklerime uygun öğrenme hedefleri belirlerim			,787	,553	4,48
2	Öğrenme için gerekli kaynakları önceden hazırlarım			,884	,606	4,50
4	Öğrenme sürecinde zamanı iyi değerlendirmek için çalışma planı yaparım			,781	,834	4,32
3	Öğrenme konusuna uygun öğrenme strateji kullanmanın gereğine inanırım			,873	,598	4,51
5	Yeni bir bilgi ile karşılaştığımda öğrenebileceğim konusunda kendime güvenirim			,782	,562	4,58
7	Öğrenme konuları zor olsa bile öğrenmeye çalışmaktan vazgeçmem			,780	,661	4,46
6	Öğrenme sürecinde kendi kendimi güdülemeyi tercih ederim			,804	,827	4,30

Tablo 3'te yaşam boyu öğrenme eğilimleri ölçeğinde yer alan ifadelerin Cronbach Alpha (α) değerleri, ifade silindikten sonraki α değerleri ve ifade sayıları, standart sapmaları ile ortalama değerlerine yer verilmiştir. Sonuçlara göre yaşam boyu öğrenme eğilimleri ölçeği güvenilirdir. Gelişime açıklık boyutu 9 ifadeden oluşmaktadır ve aritmetik ortalaması (\bar{X} :4,65)'tir. 15 ve 11 no'lu ifadeler en yüksek ortalamaya sahiptir (\bar{X} :4,71). Öğrenmeye isteklilik boyutu ise 7 ifadeden oluşmakta ve aritmetik ortalaması (\bar{X} :4,45)'tir. 5 no'lu ifade (\bar{X} :4,58) ile en yüksek ortalamaya sahiptir. Anket derecelendirmesi dikkate alındığında (1: Kesinlikle katılmıyorum --5: Kesinlikle katılıyorum) ifadelerin ve boyutların sahip oldukları ortalamalar yüksektir.

4.2. Yaşam Boyu Öğrenme Yeterlilikleri Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi

Alanyazın incelendiğinde Yaşam Boyu Öğrenme Yeterlik Ölçeğinin 23 ifadeden oluşan 8 faktörlü bir yapısı olduğu görülmektedir. Yapılan faktör analizine göre oluşan “*fikir, deneyim ve duygularımı müzik, resim, edebiyat ve görsel sanatlar gibi çeşitli alanlarda yaratıcı bir şekilde ifade edebilirim*” ifadesi tek bir faktör altında yer almıştır. Hair vd. (2014)’e göre faktörün altında tek ifade oluşması, bu durumun analizi zorlaştırması ve güvenilirlik seviyesini karşılayamaması nedeniyle bu ifade analiz kapsamı dışında bırakılmıştır. Bu doğrultuda faktör analizi yeniden gerçekleştirilmiştir. Yeniden gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda 5 faktör oluşmuştur. “*Öğrenme sürecimi hem bireysel olarak hem de grup içinde etkin zaman ve bilgi yönetimi ile organize edebilirim*” ifadesi birden fazla faktör altında listelendiğinden dolayı analiz kapsamı dışında tutulmuştur. AFA sonuçlarına göre yaşam boyu öğrenme yeterliklerine ait 21 ifade 5 boyut altında toplanmıştır. Bu durum alanyazındaki diğer çalışmalarla uyuşmamaktadır (Şahin vd., 2010; Gencel, 2013; Kozikoğlu, 2014; Oral ve Yazar, 2015; Yaman ve Yazar, 2015; Pıncarcık, Danacı, Deniz ve Eran, 2016; Aykaç, Köğce ve Aslandağ, 2020). Turist rehberlerinin deneyimlerinin ve algılarının, rol ve sorumluluklarının ayrıca çalışma ortamlarının diğer örneklem gruplarından farklı olması alanyazındaki diğer çalışmalarla uyuşmamasının nedeni olabilir.

Tablo 4. Yaşam Boyu Öğrenme Yeterlik Ölçeği AFA Sonucu

No	İFADELER	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5
19	Fikirlerimi eyleme dönüştürebilirim	,741				
20	Yaratıcılığın, yenilikçiliğin ve risk almanın özelliklerini kullanarak herhangi bir görevi başarabilirim.	,730				
16	Sosyal hayata ve işe etkin ve olumlu bir şekilde katılabilirim	,728				
18	Aktif ve demokratik katılım sağlayabilirim.	,728				
17	Çeşitli topluluklara katılabilir ve gerektiğinde çatışmaları çözebilirim	,708				
21	Amaçlarımı gerçekleştirmek için projeler planlayabilir ve yönetebilirim	,672				
22	Kişisel, mesleki ve / veya ticari faaliyetlerdeki fırsatları değerlendirebilirim.	,649				
15	Öğrenme sürecimin ve ihtiyaçlarımın farkındayım, mevcut fırsatları belirleyebilirim ve başarılı bir şekilde öğrenmenin önündeki engelleri aşabilirim.	,637				

Vatandaşlık Bilinci ve Girişimcilik Duygusu Yeterliliği

Yabancı Dilde İletişimsel Yeterlik	6	...okuyarak algılayabilirim.	,907		
	8	...dinleyerek algılayabilirim.	,847		
	5	...ifade ederek yorumlayabilirim.	,846		
	7	...yazarak yorumlayabilirim.	,833		
Anadilde İletişimsel Yeterlik	4	...dinleyerek algılayabilirim.	,885		
	2	...okuyarak algılayabilirim.	,859		
	1	...ifade ederek yorumlayabilirim.	,854		
	3	...yazarak yorumlayabilirim.	,835		
Bilim ve Teknolojide Matematiksel Yeterlikler	9	Günlük hayatta karşılaştığım çeşitli problemleri çözmek için matematiksel düşünceyi geliştirebilir ve uygulayabilirim.		,765	
	11	Formüller, modeller, tasarımlar ve tablolar kullanabilirim.		,753	
	10	Mantıklı ve özel yollar kullanabilirim		,679	
Dijital Yeterlik	13	Teknolojiyi iş ve serbest zaman etkinlikleri için kullanabilirim.		,724	
	12	İnterneti bilgi depolamak, hatırlamak, geri yüklemek, değerlendirmek ve iletişim kurmak için kullanabilirim.		,688	
Cronbach's Alpha: ,877			,868	,904	,895
Özdeğer			4,146	3,157	3,150
Açıklanan Varyansın Yüzdesi			19,744	15,033	14,998
Toplam Açıklanan Varyans			19,744	34,777	49,775
Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Ölçümü (KMO)					,866
Bartlett's Test of Sphericity			Approx. Chi- Square		4165,168
			Df		210
			Sig.		,000

*Çıkarma Metodu: Temel Bileşen Analizi / Döndürme Metodu: Varimax, Kaiser Normalizasyonu.

Analiz sonuçlarına göre 5 faktör toplam varyans yüzdesinin 67,545'ini açıkladığı ve 21 ifadenin α değerinin ,877 olduğu görülmektedir. 8 ifadeden oluşan ilk faktör “*vatandaşlık bilinci ve girişimcilik duygusu yeterliliği*” olarak adlandırılmış ve özdeğeri 4,146; açıklanan varyans yüzdesi 19,974 ve α değeri ,868 olarak bulunmuştur. Birinci faktörde en düşük faktör yükü ,637; en yüksek faktör yükü ise ,741'dir. İkinci faktör 4 ifadeden oluşmaktadır ve “*yabancı dilde iletişimsel yeterlik*” olarak adlandırılmıştır; özdeğeri 3,157; açıklanan varyans yüzdesi 15,033; α değeri ise ,904 olarak bulunmuştur. İkinci faktörde en düşük faktör yükü ,833; en yüksek faktör yükü ise ,907'dir. 4 ifadeden oluşan üçüncü faktör, “*anadilde*

iletişimsel yeterlik” olarak adlandırılmıştır. Üçüncü faktörün özdeğeri 3,150; açıklanan varyans yüzdesi 14,998; α değeri ise ,895’tir. Üçüncü faktördeki en düşük faktör yükü ,835; en yüksek faktör yükü ,885’tir. Dördüncü faktör 3 ifadeden oluşmaktadır. “bilim ve teknolojiye matematiksel temel yeterlikler” olarak adlandırılan dördüncü faktörün özdeğeri 2,120; açıklanan varyans oranı 10,093; α değeri de ,719 olarak görülmektedir. Dördüncü faktördeki en düşük faktör yükü ,679; en yüksek faktör yükü ise ,765’dir. Son faktör 2 ifadeden oluşmakta ve “dijital yeterlik” olarak adlandırılmıştır. Bu faktörün özdeğeri 1,612; açıklanan varyans yüzdesi 7,677 ve α değeri ,648 olarak analizde ortaya çıkmıştır. Bu faktörde en düşük yük ,688; en yüksek ise ,724 olmuştur. KMO değerlerinin şartları karşıladığı görülmektedir. Faktör isimlendirmesinde alanyazından yararlanılmıştır.

4.3. Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi

Yaşam boyu öğrenme eğilimleri ölçeğinin 17 ifadeden oluşan 2 faktörlü bir yapısı bulunmaktadır. Yapılan analiz sonucunda “bir konuyu öğrenmenin kendi sorumluluğum olduğuna inanırım” ifadesi birden fazla faktörün altında listelendiğinden dolayı çalışma kapsamına dâhil edilmemiştir. Analizin geri kalanına bu ifade dâhil edilmeden devam edilmiştir.

Tablo 5’te yaşam boyu öğrenme eğilimleri ölçeği AFA sonucu gösterilmiştir. Analiz sonucuna göre 2 faktör toplam varyansın yüzde 49,663’ünü açıklamaktadır. Bu oran alanyazındaki çalışmayla benzerlik göstermektedir (Erdoğan ve Arsal, 2016). 16 ifadeden oluşan ölçeğin α değeri ,887 olarak bulunmuştur. Birinci faktör 9 ifadeden oluşmaktadır. “gelişime açıklık” olarak adlandırılan birinci faktörün özdeğeri 4,341; açıklanan varyans yüzdesi 27,128 ve α değeri ,868’dir. Birinci faktördeki en düşük faktör yükü ,593; en yüksek faktör yükü ise ,743’dür. İkinci faktör “öğrenmeye isteklilik” olarak adlandırılmıştır ve 7 ifade bulunmaktadır. Bu faktörün özdeğeri 3,606; açıklanan varyans yüzdesi 22,535 ve α değeri ,904 olarak bulunmuştur. Bu faktörün en düşük yükü ise ,582; en yüksek yükü ,729 olmuştur. KMO değerlerinin şartları karşıladığı görülmektedir. Faktör isimlendirmesinde alanyazından yararlanılmıştır.

Tablo 5. Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri Ölçeği AFA Sonucu

No	İFADELER	Faktör 1	Faktör 2
14	Bilgi ve teknolojilerdeki hızlı değişimlerden dolayı bilgilerimi yenilemek için sürekli öğrenmeye ihtiyaç duyarım	,743	

	13	Kişisel ya da mesleki gelişimim için gerekli farklı alanlardaki bilgi ve becerilerle ilgili eğitim almayı isterim	,725
	16	Mesleki yetersizliklerimi gidermek için eğitim alma yolları ararım.	,718
	15	Mesleğimde karşılaşılabileceğim problemleri çözmek için çaba sarf ederim	,716
	11	Yeni şeyler öğrenmenin kendimi geliştirmeme katkı sağladığımı düşünürüm	,695
	12	İnternetin farklı kültürleri tanımama sağladığımı düşünürüm.	,605
	8	Yeni şeyler öğrenmekten zevk alırım	,597
	17	Mesleki kariyerde ilerlemeye önem veririm	,593
	9	Öğrenmede sürecinde ihtiyaç duyduğumda yardım istemekten çekinmem.	,593
	Öğrenmeye İsteklilik	1	Kendi yeterliliklerime uygun öğrenme hedefleri belirlerim
2		Öğrenme için gerekli kaynakları önceden hazırlarım	,710
4		Öğrenme sürecinde zamanı iyi değerlendirmek için çalışma planı yaparım	,669
3		Öğrenme konusuna uygun öğrenme strateji kullanmanın gereğine inanırım	,663
5		Yeni bir bilgi ile karşılaştığımda öğrenebileceğim konusunda kendime güvenirim	,658
7		Öğrenme konuları zor olsa bile öğrenmeye çalışmaktan vazgeçmem	,601
6		Öğrenme sürecinde kendi kendimi güdülemeyi tercih ederim	,582
Cronbach's Alpha: ,887		,868	,904
Özdeğer		4,341	3,606
Açıklanan Varyansın Yüzdesi		27,128	22,535
Toplam Açıklanan Varyans		27,128	49,663
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Ölçümü (KMO)			,910
Bartlett's Test of Sphericity		Approx. Square df Sig.	Chi- 2452,491 120 ,000

* Çıkarma Metodu: Temel Bileşen Analizi / Döndürme Metodu: Varimax, Kaiser Normalizasyonu.

4.4. AFA sonrası İfadelerin Aritmetik Ortalamaları

Bu bölümde “yaşam boyu öğrenme yeterlikleri” ve “yaşam boyu öğrenme eğilimleri” ölçeklerinin ifade ortalamalarına yer verilecektir.

4.5. Yaşam Boyu Öğrenme Yeterlikleri

Yaşam boyu öğrenme yeterlikleri ifadelerinin ortalamalarına bakıldığında *anadilde iletişimsel yeterlikler* boyutunda toplam 4 ifade yer almış ve aritmetik ortalaması ($\bar{X}=4,89$) olmuştur. Bu boyut altında *anadilimi kullanarak kavramları, fikirleri, duyguları, gerçekleri ve görüşleri okuyarak algılayabilirim* ifadesi en yüksek ortalamaya sahiptir ($\bar{X}=4,91$). *Yabancı dilde iletişimsel yeterlikler* boyutunda da 4 ifade yer almış ve aritmetik ortalaması ($\bar{X}=4,47$) olmuştur. Bu boyut altında *yabancı dilde kavramları, fikirleri, duyguları, gerçekleri ve görüşleri dinleyerek algılayabilirim* ifadesi en yüksek ortalamaya sahiptir ($\bar{X}=4,53$). *Bilim ve teknolojiye matematiksel temel yeterlikler* boyutunda ise 3 ifade yer almış ve aritmetik ortalaması ($\bar{X}=4,16$) olmuştur. Bu boyut altında *mantıklı ve özel yollar kullanabilirim* ifadesi en yüksek ortalamaya sahiptir ($\bar{X}=4,39$). *Dijital yeterlikler* boyutunda 2 ifade yer almıştır ve aritmetik ortalama ($\bar{X}=4,49$) olmuştur. Bu boyut altında *teknolojiyi iş ve serbest zaman etkinlikleri için kullanabilirim* ifadesinin ortalaması ($\bar{X}=4,56$)’dır. *Vatandaşlık bilinci ve girişimcilik duygusu yeterliliği* boyutunda 8 ifade yer almış ve aritmetik ortalaması ($\bar{X}=4,39$) olmuştur. Son olarak bu boyut altındaki *öğrenme sürecimin ve ihtiyaçlarımın farkındayım, mevcut fırsatları belirleyebilirim ve başarılı bir şekilde öğrenmenin önündeki engelleri aşabilirim* ifadesi ($\bar{X}=4,46$) ortalamaya sahiptir. İfadelerin aritmetik ortalamalarına bakıldığında hepsinin ($\bar{X}=4$) üzerinde olduğu görülmektedir. Katılımcılardan ifadeleri 1-5 arasında değerlendirmeleri istendiğinden dolayı ortaya çıkan ortalamalar yüksektir. Sonuç olarak turist rehberlerinin yaşam boyu öğrenme yeterlik düzeylerinin olumlu yönde yüksek olduğunu göstermektedir. *Anadilde iletişimsel yeterlikler* tüm boyutlar içerisinde ortalaması en yüksek ortalamaya sahiptir. Bu durum turist rehberlerinin kendilerini anadilde ifade etme yeterlilik düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 6. Yaşam Boyu Öğrenme Yeterlikleri İfade Ortalamaları

No	İfade Sayısı	\bar{X}
Yaşam Boyu Öğrenme Yeterlikleri Ölçeği	21	4,48
<i>Vatandaşlık Bilinci ve Girişimcilik Duygusu Yeterliliği</i>	8	4,39
19 Fikirlerimi eyleme dönüştürebilirim		4,39
20 Yaratıcılığın, yenilikçiliğin ve risk almanın özelliklerini kullanarak		4,45

	herhangi bir görevi başarabilirim.	
16	Sosyal hayata ve işe etkin ve olumlu bir şekilde katılabilirim	4,44
18	Aktif ve demokratik katılım sağlayabilirim.	4,41
17	Çeşitli topluluklara katılabilir ve gerektiğinde çatışmaları çözebilirim	4,27
21	Amaçlarımı gerçekleştirmek için projeler planlayabilir ve yönetebilirim	4,42
22	Kişisel, mesleki ve / veya ticari faaliyetlerdeki fırsatları değerlendirebilirim.	4,33
15	Öğrenme sürecimin ve ihtiyaçlarımın farkındayım, mevcut fırsatları belirleyebilirim ve başarılı bir şekilde öğrenmenin önündeki engelleri aşabilirim.	4,46
Yabancı Dilde İletişimsel Yeterlik		4 4,47
6	...okuyarak algılayabilirim.	4,52
8	...dinleyerek algılayabilirim.	4,53
5	...ifade ederek yorumlayabilirim.	4,45
7	...yazarak yorumlayabilirim.	4,52
Anadilde İletişimsel Yeterlik		4 4,89
4	...dinleyerek algılayabilirim.	4,89
2	...okuyarak algılayabilirim.	4,91
1	...ifade ederek yorumlayabilirim.	4,90
3	...yazarak yorumlayabilirim.	4,86
Bilim ve Teknolojide Matematiksel Temel Yeterlikler		3 4,16
9	Günlük hayatta karşılaştığım çeşitli problemleri çözmek için matematiksel düşüncemi geliştirebilir ve uygulayabilirim.	4,09
11	Formüller, modeller, tasarımlar ve tablolar kullanabilirim.	4,02
10	Mantıklı ve özel yollar kullanabilirim	4,39
Dijital Yeterlik		2 4,49
13	Teknolojiyi iş ve serbest zaman etkinlikleri için kullanabilirim.	4,56
12	İnterneti bilgi depolamak, hatırlamak, geri yüklemek, değerlendirmek ve iletişim kurmak için kullanabilirim.	4,42

4.6. Yaşam boyu öğrenme eğilimleri

Yaşam boyu öğrenme eğilimleri ölçeğinin ifade ortalamalarına bakıldığında *gelişime açıklık* boyutunda 9 ifade yer almaktadır. Bu 9 ifadenin aritmetik ortalaması ($\bar{X}=4,65$) olarak bulunmuştur. Gelişime açıklık boyutu, en yüksek ortalamaya sahip boyut olmaktadır. Bu boyut altında “*yeni şeyler öğrenmenin kendimi geliştirmeme katkı sağladığını düşünürüm*” ve “*mesleğimde karşılaşılabileceğim problemleri çözmek için çaba sarf ederim*” ifadeleri ($\bar{X}=4,71$) ile en yüksek ortalamalara sahiptirler. *Öğrenmeye isteklilik* boyutuna bakıldığında ise 7 ifadenin olduğu görülmekte ve aritmetik ortalaması ($\bar{X}=4,44$) olmuştur. Bu boyut altında ise “*yeni bir bilgi ile karşılaştığımda öğrenebileceğim konusunda kendime güvenirim*” ifadesi ($\bar{X}=4,58$) ile en yüksek ortalamaya sahiptir. Yaşam boyu öğrenme eğilimleri ifadelerinin aritmetik ortalamaları değerlendirildiğinde, ortalamaların ($\bar{X}=4$) üzerinde olması turist

rehberlerinin yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin olumlu yönde yüksektir. Alt boyutlar açısından ise hem gelişime açık hem de öğrenmeye isteklilik eğilimleri olumlu yönde yüksek çıkmıştır.

Tablo 7. Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri İfade Ortalamaları

No	İfade Sayısı	\bar{X}
Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri Ölçeği		
Gelişime Açıklık		
16	16	4,56
14		4,66
13		4,66
16		4,64
15		4,71
11		4,71
12		4,59
8		4,70
17		4,64
9		4,55
Öğrenmeye İsteklilik		
7	7	4,45
1		4,48
2		4,50
4		4,32
3		4,51
5		4,58
7		4,46
6		4,30

4.7. Korelasyon Analizi

Korelasyon, iki (veya daha fazla) nicel değişken arasındaki ilişkiyi belirtmek için kullanılan bir terimdir ve temelde nicel değişkenler arasında düz bir [doğrusal] ilişki varsayımına dayanmaktadır. İkili değişkenler için ilişkilendirme ölçülerine benzer şekilde, değişkenler arasındaki bir ilişkinin “gücünü” veya “kapsamını” ve ayrıca yönünü ölçer. Değerler -1 ile +1 arasında değişmektedir. +1'lik bir korelasyon katsayısı, iki değişkenin pozitif [doğrusal] bir şekilde mükemmel ilişkili olduğunu, -1'lik bir korelasyon katsayısı, iki değişkenin negatif

[doğrusal] bir şekilde mükemmel ilişkili olduğunu gösterirken, sıfır korelasyon katsayısı, incelenen iki değişken arasında doğrusal bir ilişki olmadığını göstermektedir (Gogtay ve Thatte, 2017). İki değişken arasındaki ilişkinin yönü pozitif ise bir değişkene ait değer artmasıyla diğer değişkenin de değerinin artacağı, negatif yönlü bir ilişki varsa bir değişkene ait değer azalmasıyla diğer değişkenin de değerinin azalacağı anlamına gelmektedir (Kozak, 2015: 148). Bununla ilgili alanyazında farklı sınıflandırmalar mevcuttur. Tavşancıl (2006) bu ilişkiyi (,00-,30) zayıf, (,31-,49) orta, (,50-,69) güçlü, (,70-,100) çok güçlü şeklinde yorumlamaktadır.

Tablo 8. Ölçekler Arasındaki Faktörlerin Korelasyon Analizi Sonuçları

Faktörler	Öğrenmeye İsteklilik	Gelişime Açıklık	Anadilde İletişimsel Yeterlik	Yabancı Dilde İletişimsel Yeterlik	Bilim ve Teknolojide Matematiksel Temel Yeterlikler	Dijital Yeterlikler	Vatandaşlık Bilinci ve Girişimcilik Duygusu Yeterliliği
Öğrenmeye İsteklilik	1	,585**	,372**	,211**	,323**	,179**	,486**
Gelişime Açıklık	,585**	1	,369**	,086**	,219**	,129*	,348**
Anadilde İletişimsel Yeterlik	,372**	,369**	1	,258**	,294**	,196**	,246**
Yabancı Dilde İletişimsel Yeterlik	,211**	,086**	,258**	1	,296**	,292**	,319**
Bilim ve Teknolojide Matematiksel Temel Yeterlikler	,323**	,219**	,294**	,296**	1	,364**	,376**
Dijital Yeterlikler	,179**	,129*	,196**	,292**	,364**	1	,299**
Vatandaşlık Bilinci ve Girişimcilik Duygusu Yeterliliği	,486**	,348**	,246**	,319*	,376**	,299**	1

Tablo 8’de ölçekler arasındaki korelasyon analizinin sonuçları yer almaktadır. Yaşam boyu öğrenme eğilimleri ölçeği faktörlerinden olan *öğrenmeye isteklilik* yaşam boyu öğrenme yeterlikleri ölçeğinin tüm faktörleriyle anlamlı bir ilişki içerisindedir. Bu faktörde en düşük ilişki *öğrenmeye isteklilik* ile *dijital yeterlikler* arasında zayıf düzeyde ve pozitif yönlü ($r=,179$)’dür. En yüksek ilişki içerisinde olduğu faktör ise *vatandaşlık bilinci ve girişimcilik duygusu yeterliliği* arasında orta düzeyde ve pozitif yönlü ($r=,486$) olmuştur. *Gelişime açıklık* faktörünün en düşük ilişkisinin çıktığı faktör *yabancı dilde iletişimsel yeterlik* arasında zayıf düzeyde ve pozitif yönlü ($r=,086$), en yüksek ilişki ise *anadilde iletişimsel yeterlik* arasında orta düzeyde ve pozitif yönlü ($r=,369$) olmuştur. Çıkan sonuçlara göre iki ölçek arasındaki faktörlerin birbiriyle doğrusal yönde ilişkili olduğu görülmektedir.

4.8. Hipotez Testleri

Çalışma kapsamında oluşturulan hipotez için çok değişkenli regresyon analizinden yararlanılmıştır. Analiz sonunda çıkan sonuçlar tablo hâline getirilerek değerlendirilmiştir. Çok değişkenli regresyon analizi bir bağımlı değişken ve birden fazla bağımsız değişkenin olduğu durumlarda kullanılmaktadır. Analizde bağımsız değişkenler aynı anda bağımlı değişkendeki değişimi açıklamaya çalışmaktadır. Araştırma kapsamında çok değişkenli regresyon analizi ile yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin yaşam boyu öğrenme yeterlikleri üzerinde bir etkisinin olup olmadığı incelenmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 9’da gösterilmiştir.

Tablo 9. Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimlerinin Yaşam Boyu Öğrenme Yeterliklerini Yordamasına İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Sabit	B	ss.	β	t	P	VIF	R	R ²	Adj. R ²	F	P
Anadilde Yeterlik	Öğrenmeye İsteklilik		,144	,034	,238	4,19	,00						
	Gelişime Açıklık	3,465	,169	,042	,230	4,06	,00	1,519	,41	,17	,169	41,07	,00
Yabancı Dilde Yeterlik	Öğrenmeye İsteklilik	3,514	,305	,076	,245	4,02	,00	1,519	,21	,04	,047	9,62	,00
	Gelişime Açıklık												

Vatandaşlık Bilinci ve Girişimcilik Duygusu	Dijital Yeterlik		Bilgi ve Teknolojide Matematiksel Yeterlik		Gelişime Açıklık
	Gelişime Açıklık	Öğrenmeye İsteklilik	Gelişime Açıklık	Öğrenmeye İsteklilik	
2,992	3,482	2,025	-	-	-
,123	,050	,075	,402	-	-,086
,069	,082	,097	,080	-	,091
,097	,037	,046	,296	-	-,057
1,78	,604	,779	5,02	-	-9,936
,07	,54	,43	,00	-	,35
1,519	1,519	1,519	-	-	-
,49	,18	,32	-	-	-
,24	,03	,10	-	-	-
,238	,028	,101	-	-	-
62,63	6,68	23,11	-	-	-
,00	,00	,00	-	-	-

Tablo 9 incelendiğinde, varyans genişlik faktörü (VIF)'nün 1,519 olması modelimizde çoklu doğrusallık probleminin olmadığını göstermektedir. VIF değerinin 2,5 ve altı olması gerekmektedir (Allison, 1999). Bütün değişkenler incelendiğinde, F değerinin sonucu ($F < 0.05$) modelin açıklayıcılığının istatistiksel açıdan önemli olduğunu göstermektedir. Bağımsız değişkenler ile *anadilde iletişimsel yeterlikler* bağımlı değişkeni incelendiğinde, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkene pozitif yönlü anlamlı bir etkisinin olduğu söylenebilir ($p < 0,05$). Ayrıca modele göre bağımsız değişkenler *anadilde iletişimsel yeterlik* bağımlı değişkenindeki değişimin %16,9'luk (adj. $R^2 = ,169$) kısmını açıklayabilmektedir. *Yabancı dilde iletişimsel yeterlik* bağımlı değişkenine göre bakıldığında ise “öğrenmeye isteklilik” bağımsız değişkeninin, bağımlı değişkene pozitif yönlü anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Ancak *gelişime açıklık* bağımsız değişkeni ile *yabancı dilde iletişimsel yeterlik* arasında ters yönlü ilişki olduğu ($B = -,086$) ve anlamlı bir etkisinin olmadığı ortaya çıkmıştır

($p = ,350$ / $p > 0,05$). Modele göre bağımsız değişkenler, *yabancı dilde iletişimsel yeterlikler* bağımlı değişkenindeki değişimin %4,7'lik (adj. $R^2 = ,047$) kısmını açıklayabilmektedir. Üçüncü bağımlı değişken incelendiğinde, “öğrenmeye isteklilik” bağımsız değişkeni istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($p < 0,05$). *Gelişime açıklık* bağımsız değişkeni açısından incelendiğinde ise bağımlı değişkenin açıklayıcılığına katkı sağlamadığı görülmüştür ($p = ,437$ / $p < 0,05$). Bağımsız değişkenlerin üçüncü bağımlı değişkendeki değişimin %10,1'lik ($R^2 = ,101$) kısmını açıkladığı görülmektedir. *Dijital yeterlik* bağımlı değişkeni incelendiğinde *öğrenmeye isteklilik* bağımsız değişkeninin bağımlı değişkene pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır. *Gelişime açıklık* bağımsız değişkeninin ise bağımlı değişkeni açıklamada anlamlı bir etkisinin olmadığı ortaya çıkmıştır ($p = ,547$ / $p > 0,05$). Modele göre bağımsız değişken bağımlı değişkendeki değişimin %2,8'lik ($R^2 = ,028$) bir kısmını açıklamıştır. Bu oran modeldeki en düşük açıklama yüzdesi olmuştur. Son bağımlı değişken incelendiğinde *öğrenmeye isteklilik* bağımsız değişkeninin bağımlı değişkene pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır ($p < 0,05$). *Gelişime açıklık* bağımsız değişkeni açısından bakıldığında ise bağımsız değişkenin bağımlı değişkenin açıklayıcılığına pek fazla katkısı olmadığı görülmektedir ($p = 0,75$ / $p > 0,05$). Bağımsız değişkenler bağımlı değişkendeki değişimin %23,8'lik ($R^2 = ,238$) bir kısmını açıklamaktadır. Bu oran modeldeki en yüksek açıklama yüzdesine sahiptir. Gelişime açıklık bağımsız değişkenin; yabancı dilde iletişimsel yeterlikler, bilgi ve teknolojide matematiksel temel yeterlikler, dijital yeterlikler ve vatandaşlık bilinci ve girişimcilik duygusu yeterliliği üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Bu durum, turist rehberlerinin gelişime açıklık ortalamalarının yüksek olmasına rağmen yaşam boyu öğrenme yeterliklerinin alt boyutlarına anlamlı bir etkisi olmadığı sonucunu çıkartmıştır. Ortaya çıkan sonuçlar değerlendirildiğinde çalışma kapsamında oluşturulan “*H1 Yaşam Boyu Öğrenme Eğiliminin, Yaşam Boyu Öğrenme Yeterliği üzerinde anlamlı bir etkisi vardır*” kısmen desteklenmiştir.

5. Sonuç ve Öneriler

Turistlerle sürekli iç içe olan ve onlara ilk andan son ana kadar bilgi verme ve ülkeyi tanıtmaya görevi üstlenmiş olan turist rehberlerinin yaşam boyu öğrenme yeterliklerine sahip olması önem arz etmektedir. Sürekli yenilenen bilgi toplumu içerisinde dinamik bir yapıda çalışmak zorunda kalan bir meslek grubuna mensup olan turist rehberlerinin günceli yakalamak için kendilerini sürekli yenilemeleri gerekmektedir. Bu noktada eldeki bilgilerle yetinmeyip sürekli kendini geliştirme isteği ön plana çıkmaktadır. Bu isteğin oluşabilmesi için ise kişinin yaşam boyu öğrenme eğiliminin olması gerektiği düşünülmektedir.

Araştırma kapsamında demografik özellikler incelendiğinde katılımcıların çoğunu erkek (%68) ve bekâr (%59) turist rehberleri oluşturmaktadır. Mesleğin oluşturduğu çalışma şartlarının zorluğu, sürekli seyahat hâlinde olunması, özel günlerde çalışma zorunluluğu ve rehberliğin sezonluk bir iş olarak görülmesi, rehberlerin aile kurması konusunda en önemli etkenlerdir (Koroğlu, 2011). Yaş aralığında ise 26-31 yaş (%28,4) diğerlerine göre daha yüksek orana sahiptir. Eğitim durumuna bakıldığında katılımcıların lisans ve lisansüstü

programlarda yoğunlaştığı görülmektedir. Bu durum rehberlik eğitiminin alındığı kurum sorusunu da yanıtlar niteliktedir. Nitekim o soruda katılımcıların çoğunluğu eğitimlerini üniversitede aldıklarını belirtmişlerdir. Turist rehberlerinin yaşam boyu öğrenme eğilim ve yeterliklerini ölçmek için mesleği fiilen icra edenlere ulaşmayı amaçlayan çalışmada, eylemli turist rehberi olup mesleği aslen icra etmeyenlerin oranı (%27,6) ilginç bir sonucu ortaya çıkartmıştır. Bu durum Gökdemir (2017)'in çalışmasıyla paralellik göstermektedir. Meslek Kanununun 2012 yılında yürürlüğe girmesi, 2014 yılında da meslek yönetmeliğinin çıkmasıyla rehber alabilmenin usul ve esaslarının belirlenmesi, denetimlerin sıklaştırılması gibi durumlar bu sonucu ortaya çıkartmış olabilir. Katılımcıların çalışma kartının türü incelendiğinde, ülkesel turist rehberlerinin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Mesleki tecrübe bakımından ise 2-7 yıl (%33,7) ve 8-13 yıl (%26,8) katılımcıların yoğunlaştığı aralıklardır.

Çalışmada, araştırma değişkenlerine yönelik açıklayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. AFA sonuçlarına göre yaşam boyu öğrenme yeterliklerine ait 21 ifade 5 boyut altında toplanmıştır. Bu durum alanyazındaki diğer çalışmalarla uyuşmamaktadır (Şahin vd., 2010; Gencel, 2013; Kozikoğlu, 2014; Oral ve Yazar, 2015; Yaman ve Yazar, 2015; Pınarcık, Danacı, Deniz ve Eran, 2016; Aykaç, Köğce ve Aslandağ, 2020). Bu durum ölçeğin farklı bir popülasyonda denenmiş olmasından kaynaklanabilir. Yapılan çalışmada turist rehberlerinin yaşam boyu öğrenme yeterliklerinin yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Bu alanyazındaki diğer çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Hürsen, 2011; Mitkovska ve Hristovska, 2011; Karakuş, 2013; Şahin ve Arcagök, 2014; Yavuz Konakman ve Yanpar Yelken, 2014; Akbaşlı ve Durnalı, 2017; Abbak, 2018; Örs, 2020; Tenekeci ve Uzunboylu, 2020). Yapılan açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına göre turist rehberlerinin kendilerini en yeterli gördükleri alan anadilde iletişimsel yeterlik olmuştur. Benzer sonuçlar Akbaşlı ve Durnalı (2017) ve Şahin vd. (2010)'nin yaptıkları çalışmalarda ortaya çıkmıştır. Aynı çalışmalarda, katılımcıların yabancı dilde iletişimsel yeterliklerinin düşük olduğu sonucuna varılmıştır fakat mevcut çalışmada turist rehberlerinin yabancı dilde iletişimsel yeterliklerinin yüksek olduğu görülmektedir. Bu anlamda alanyazınla uyuşmamaktadır. Buna etken olarak turist rehberlerinde mesleğe kabul şartlarından bir tanesinin en az bir yabancı dili zorunlu tutması gösterilebilir. Bu durum rehberlerin sadece anadilde değil aynı zamanda yabancı dillerde de ülkesinin değerlerini turistlere aktarmaya çalıştığını göstermektedir.

Yapılan çalışmada turist rehberlerinin yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durum alanyazınla benzerlik göstermektedir (Demirel ve Akkoyunlu, 2017; Köroğlu, Köroğlu ve Asmadili, 2019; Kozikoğlu ve Onur, 2019; Saylam, Çamlıyer, Asma ve Kalkan, 2019). Turist rehberleri yaşam boyu öğrenme alt boyutlarıyla ilişkilendirildiğinde, *gelişime açıklık* ve *öğrenmeye isteklilik* ortalamalarının yüksek olması araştırmacı tarafından beklenen bir sonuçtur.

Hipotez testleri, anadilde yeterlik açısından incelendiğinde, öğrenmeye isteklilik ve gelişime açıklık bağımsız değişkenlerinin olumlu yönde anlamlı etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır. Fakat diğer bağımlı değişkenler incelendiğinde, gelişime açıklık bağımsız değişkenin; yabancı

dilde iletişimsel yeterlikler, bilgi ve teknolojide matematiksel temel yeterlikler, dijital yeterlikler ve vatandaşlık bilinci ve girişimcilik duygusu yeterliliği üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Bu durum turist rehberlerinin gelişime açıklık ortalamalarının yüksek olmasına rağmen yaşam boyu öğrenme yeterliklerinin alt boyutlarına anlamlı bir etkisi olmadığı sonucunu çıkartmıştır.

Genel olarak sonuçlar ele alındığında, turist rehberlerinin yaşam boyu öğrenme eğilim ve yaşam boyu öğrenme yeterlik düzeyleri yüksek çıkmıştır. Ayrıca yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin, yaşam boyu öğrenme yeterlikleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu söylenebilir. Çıkan sonuçlar, turist rehberlerinin yapmış oldukları mesleğin önemini farkında olarak yaşam boyu öğrenmeyi kendilerine ilke edindiklerini göstermektedir. Yeni çıkan bilgilere ve değişimlere uyum sağlamak, bunları en doğru şekilde karşı tarafa aktarmak turist rehberlerinin asli görevlerindedir. Bu durumun yaşam boyu öğrenme ilkesiyle desteklenmesi ise önemli bir süreçtir. Örgün eğitimlerini tamamladıktan sonra gerek mesleğin rehberlere yüklemiş olduğu sorumluluklar gerekse rehberlerin kendilerini geliştirme isteği ve hayatları boyunca öğrenmeye devam etmeleri, yaşam boyu öğrenme ilkesinin sürekliliğini ifade etmektedir.

Yapılan araştırma doğrultusunda TUREB ve turist rehberleri odalarına öneri olarak; son dönemlerde ortaya çıkmış olan virüs salgını sebebiyle alandan çok evde vakit geçirmek zorunda olan turist rehberlerine bilgiye erişim kolaylığı sağlanması gerekmektedir. Son dönemde sayısı oldukça artan sosyal medya kullanımı fırsata çevrilerek ücretsiz online seminer sayısı artırılmalıdır. Bu şekilde turist rehberlerinin “yer, mekân, zaman” fark etmeksizin bilgiye ulaşmalarına olanak sağlanabilir. Bu durum rehberlerin yaşam boyu öğrenme sürecine destek olunmasını sağlayacaktır. Ayrıca meslekle uzun yıllar çalışmış kişilerle genç rehberlerin bilgi alışverişi yapmasını sağlayacak ortamların oluşturulması yine rehberlerle alakalı her bilgiyi ellerinde tutan TUREB ve odaların görevi olmalıdır. Ayrıca TUREB ve odalar yaşam boyu öğrenme konusunda rehberler üzerinde daha fazla farkındalık oluşturmalıdır. Yaşam boyu öğrenmenin bir yaşam tarzı olarak benimsenmesi ve bunun ilgili merciler tarafından desteklenmesi mesleğin başarısı için önem arz ettiği düşünülmektedir.

Yapılan çalışma doğrultusunda araştırmacılara öneriler ise gelecekte bu ve buna benzer yaşam boyu öğrenme ve turist rehberi temalı çalışmaların sayısı artırılabilir. Mevcut çalışmada sadece yaşam boyu öğrenme eğilim ve yeterliklerinin belirlenmesi ve eğilimin, yeterlikler üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Konuya farklı değişkenler eklenerek eğilimlerinin veya yeterliklerinin başka konu başlıkları altında etkisi ve ilişkisi ölçülebilir. Turist rehberlerinin mesleki tecrübeleri baz alınarak yaşam boyu öğrenme seviyeleri belirlenebilir. Yaşam boyu öğrenmenin başka değişkenlere olan etkisi incelenebilir. Bu yapılacak olan çalışmaların alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Abbak, Y. (2018). Öğretmenlerin Yaşam Boyu Öğrenme Yeterlikleri ile Yenilikçilik Düzeylerinin İncelenmesi. Erciyes Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kayseri.
- Akbaşı, S. ve Durnalı, M. (2017). Halk Eğitim Merkezlerinde Çalışan İş Görenlerin Yaşam Boyu Öğrenme Anahtar Yeterlik Algıları. *OPUS –Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(13), 726-741.
- Allison, P. D. (1999). *Multiple regression: A primer*. Pine Forge Press.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. Ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı* (7. Baskı). İstanbul: Avcı Ofset
- Aspin, D. N. Ve Chapman, J. D. (2000). Lifelong Learning: Concepts and Conceptions. *International Journal of Lifelong Education*, 19(1), 2-19.
- Aykaç, M., Köğce, D. ve Aslandağ, B. (2020) The Investigation of Mathematics Teachers' Perceptions of Lifelong Learning Competencies. *Educational Policy Analysis and Strategic Research*. 15(3), 122-139
- Ayra, M. ve Kösterelioğlu, İ. (2015). Öğretmenlerin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimlerinin Mesleki Öz Yeterlik Algıları ile İlişkisi. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 10(1), 17-28.
- Council Recommendation (2018). On Key Competences for Lifelong Learning. *Official Journal of the European Union*. [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01)&from=EN) (Erişim Tarihi: 17.11.2019)
- Delors, J. (1996). Learnig: The Treasure Within. Report to UNESCO of the International Commission on Education for the Twenty-First Century, Paris. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000109590> (Erişim Tarihi: 11.10.2019).
- Demirel, M. (2009). Yaşam Boyu Öğrenme ve Teknoloji. 9th *International Educational Technology Conference*, 696-703, Ankara.
- Demirel, M. ve Akkoyunlu, B. (2010). Öğretmen Adaylarının Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri ve Bilgi Okuryazarlığı Öz-Yeterlilik Algıları. 10th *International Educational Technology Conference*, 1126-1133, İstanbul.
- Demirel, M. ve Akkoyunlu, B. (2017). Prospective Teachers' Lifelong Learning Tendencies And Information Literacy Self-Efficacy. *Educational Research and Reviews*, 12(6), 329-337.

- Diker C. Y. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimlerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Programları ve Öğretimi Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara.
- Duymuş, Y. Ve Sulak, S. (2018) Öğretmen Adaylarının Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri Üzerine Lisans Eğitimi, Cinsiyet ve Bölümün Etkisi. *Sınırsız Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 3(2), 58-74
- Ekşioğlu, S., Tarhan, S. Ve Çetin G. H. (2017). Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri ile Özyetkinlik Beklentisi ve Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 25(5), 1925-1940
- Evin G. İ. (2013). Öğretmen Adaylarının Yaşam Boyu Öğrenme Yeterliklerine Yönelik Algıları. *Eğitim ve Bilim*, 38(170), 237-252.
- Faure, E. (1972). Learning to be: The World of Education Today and Tomorrow. Unesco.
- Figel, J. (2007). Key Competences for Lifelong Learning. European Referans Framework.
- Gogtay, Nj ve Thatte, U. (2017). Principle of Correlation Analysis. *Journal of Association of Physicians of India*. 65, 78-81
- Gökdemir, S. (2017). Turist Rehberlerinde İş Doyumu ve Tükenmişlik İlişkisi: Bir Alan Araştırması. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Balıkesir.
- Gökçer, N. (2019). Ortaokul Öğretmenlerinin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 145-159.
- Gür E. D. (2014). Öğretmen Adaylarının Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimine Etki Eden Faktörler. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Eğitim Programları ve Öğretim Bilim Dalı, Doktora Tezi, Bolu.
- Hair Jr., Joseph F., Black, W. C., Babin, B. J. Ve Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7. Baskı).U.S.A.,Pearson Education Limited.
- Kahraman, S. (2019). Öğretmen Adaylarının Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri ile İngilizce Dersine Yönelik Tutumları Arasındaki İlişki. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Bolu.
- Karakuş, C. (2013). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Yaşam Boyu Öğrenme Yeterlikleri. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 26-35.

- Kaya S. D.,Çamlıyer, H., Asma, M. ve Kalkan, N. (2019). Spor Bilimleri Fakültesinde Öğrenim Gören Öğrencilerin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimlerinin İncelenmesi. *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 14 (2), 176-187
- Kazu, İ. Y. ve Erten, P. (2016). Öğretmenlerin Yaşam Boyu Öğrenme Yeterlikleri. *Elementary Education Online*, 15(3), 838-854.
- Kind, T. ve Evans, Y. (2015). Social Media for Lifelong Learning. *International Review of Psychiatry*, 27(2), 124-132.
- Kline, R. B. (1998). *Methodology in The Social Sciences. Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York, Guilford Press.
- Konakman, G. Y. ve Zelken, T. Y. (2014). Eğitim Fakültesi Öğretim Elemanlarının Yaşam Boyu Öğrenme Yeterliklerine İlişkin Algıları. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(29-2), 267-281.
- Kozak, M. (2015). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri* (2.Baskı). Ankara, Detay Yayıncılık.
- Kozikoglu, Is. ve Onur, Z. (2019). Predictors Of Lifelong Learning: Information Literacy And Academic Self-Efficacy. *Cypriot Journal of Educational Science*. 14(4), 492-506
- Kozikoğlu, İ. (2014). Üniversite ve Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Yaşam Boyu Öğrenme Yeterliklerinin İncelenmesi. *Journal of Instructional Technologies & Teacher Education*. 3(3), 29-43
- Köroğlu, A. Köroğlu, Ö. ve Asmadili, İ. (2019). Turizm Rehberliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimlerinin Belirlenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 59-574.
- Köroğlu, Ö. (2011). İş Doyumu ve Motivasyon Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Performansla İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi. Balıkesir Üniversitesi SBE Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.
- Laal, M. ve Salamati, P. (2011). Lifelong Learning: Why we do need it? *Proceda-Social and Behavioral Sciences*, 31, 399-403.
- McCombs, B. L. (1991). Motivation and Lifelong Learning. *Educational Psychologist*, 26(2), 117-127.
- Midtsundstad, T. ve Nielsen, R. A. (2019). Lifelong Learning and the Continued Participation of Older Norwegian Adults in Employment. *European Journal of Education*, 54, 48-59.

- Mitovska, S. J. ve Hristovska, D. (2011). Contemporary Teacher and Core Competences for Lifelong Learning. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 28, 573-578.
- Ng, P. T. (2013). An Examination of Lifelong Learning Policy Rhetoric and Practice in Singapore. *International Journal of Lifelong Education*, 32(3), 318-334.
- Nguyen, T. T.H. ve Walker, M. (2016). Sustainable Assessment for Lifelong Learning. *Assessment and Evaluation in Higher Education*, 41(1), 97-111.
- Oral, B. ve Yazar, T. (2015). Öğretmen Adaylarının Yaşam Boyu Öğrenmeye İlişkin Algularının Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Electronic Journal of Social Sciences*, 14(52), 1-11.
- Örs, M. (2020). Lifelong learning competencies among under graduate first year and final year midwifery-nursing students. *International Journal of Curriculum and Instruction*, 12, 88-104.
- Öz, E. (2020). Öz Düzenlemeli Öğrenmenin Yaşam Boyu Öğrenme ve Eleştirel Düşünme Eğilimleri Üzerine Etkisi. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara.
- Özgür, H. (2016). Öğretmen Adaylarının Yaşam Boyu Öğrenme Yeterlikleri ve Bilgi Okuryazarlığı Öz-yeterlikleri Üzerine Bir Çalışma. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(1), 22-38.
- Pınarcık, Ö. , Özözen D. M., Deniz, M. E. ve Eran, N. (2016). Okul Öncesi Öğretmenlerinin Yaşam Boyu Öğrenme Yeterliklerine Yönelik Alguları. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(4), 1966-1983
- Rausch, A. (2003). A Case Study of Lifelong Learning in Japan: Objectives, Curriculum, Account ability and Visibility. *International Journal of Lifelong Education*, 22(5), 518-532.
- Soran, H., Akkoyunlu, B. ve Kavak, Y. (2006). Yaşam Boyu Öğrenme Becerileri ve Eğitimcilerin Eğitimi Programı: Hacettepe Üniversitesi Örneği. *H.Ü. Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30, 201-210.
- Şahin, Ç. ve Arcagök, S. (2014). Öğretmenlerin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimlerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(16), 394-417.
- Şahin, M., Akbaşlı, S. ve Yanpar Yelken, T. (2010). Key Competences for Lifelong Learning: The Case of Prospective Teachers. *Educational Research and Review*, 5(10), 545-556.

- Tavşancıl, E. (2006). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. (3.Baskı) Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Tchamyou, V. S. (2018). Education, Lifelong Learning, Inequality and Financial Access: Evidence from African Countries. *Contemporary Social Science*.
- Tenekeci, F. ve Uzunboylu, H. (2020). Determining The Relationship Between The Attitudes Of Private Teaching Institution Teachers Towards Lifelong Learning And Their Competence. *International Journal of Learning and Teaching*. 12(1), 1-16
- Tunca, N., Alkın Şahin, S. ve Aydın, Ö. (2015). Öğretmen Adaylarının Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(2), 432-446.
- West, S. G., Finch, J. F. ve Curran, P. J. (1995). *Structural Equation Models with Nonnormal Variables: Problems and Remedies*. In R. H. Hoyle (Ed.), *Structural Equation Modeling: Concepts, Issues, and Applications* (p. 56–75). Thousand Oaks, Sage Publications.
- Yaman, F. ve Yazar, T. (2015). Öğretmenlerin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimlerinin İncelenmesi (Diyarbakır İli Örneği). *K.Ü. Kastamonu Eğitim Dergisi*, 23(4), 1553-1566.

Etik Kurul İzin Belgesi:

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Bilimsel Araştırma Etik Kurulu tarafından E-84026528-050.01.04-2100009136 sayılı ve 19/01/2021 tarihli “Etik Kurul Onayı” alınmıştır.

Katkı Oranı Beyanı:

1. Yazar: Can KAHRİMAN %65
2. Yazar: Doç.Dr. Sinan GÖKDEMİR %35 oranında çalışmaya katkı sağlamıştır.

Çıkar Çatışması Beyanı:

Makale yazarları aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.

EXTENSIVE SUMMARY

Lifelong Learning Tendencies and Competencies of Tourist Guides

Can KAHRİMAN

Çanakkale Onsekiz Mart University, School of Graduate Studies

The Department of Tourist Guide

Sinan GÖKDEMİR

Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Tourism

The Department of Travel Management and Tourism Guidance

The fields of service based on technology are developing rapidly in the current era. With the increasing importance of education and knowledge, individuals who cannot keep up with the pace of development of knowledge and technology have faced difficulties in many areas. Therefore, individuals are obliged to constantly improve themselves and renew their knowledge. In a world where new knowledge is being produced without slowing down, it is thought that staying "lifelong learning" as an individual will be possible.

It is thought that the knowledge and skills possessed by tourist guides will be highly effective in shaping positive or negative thoughts towards the country and its people. Tourist guides, with their knowledge and skills, their attitudes towards individuals, should eliminate the nervousness of tourists and send them off from the country satisfied. In this context, it is considered necessary for tourist guides to be in a "lifelong learning" position in order to be able to be exemplary in the eyes of tourists and for their country. Just as teachers need to keep their knowledge up-to-date and closely follow developments to inform their students, tourist guides should also keep their knowledge up-to-date and provide information to tourists accordingly. The existence of a tendency and competence for learning throughout their lives for tourist guides means that they can effectively fulfill the role attributed to them as "cultural ambassadors". The key factors that constitute the lifelong learning tendencies and competencies of tourist guides, and blending them with the role of cultural ambassador, are thought to be important. This study aimed to measure the lifelong learning tendencies and competencies of tourist guides.

Lifelong learning is generally seen to be concentrated in the field of education. Since the profession of tourist guiding, which requires constant learning like teaching profession in informing and transferring knowledge to people, has not been academically studied, it is thought to contribute to the literature. In addition, it is thought that the study will create an awareness and desire for self-improvement among tourist guides.

This study aimed to determine the lifelong learning tendencies and lifelong learning competencies of tourist guides. Since no study on the lifelong learning tendencies and competencies of tourist guides was found in the literature, it is considered important to reveal this situation for guides. A quantitative research method was adopted in the study. Data were collected from 395 guides and analyzed using a statistical program developed for social sciences.

Based on the literature, a research hypothesis was formed;

H1: Lifelong Learning Tendency has a significant effect on Lifelong Learning Competency.

When all variables were examined, the result of the F value ($F < 0.05$) shows that the model's explanatory power is statistically significant. When the independent variables were examined with the dependent variable of communicative proficiency in the native language, it can be said that the independent variables have a positive significant effect on the dependent variable ($p < 0.05$). According to the model, the independent variables can explain 16.9% (adj. $R^2 = 0.169$) of the change in communicative proficiency in the native language. When looked at in terms of the dependent variable of communicative proficiency in a foreign language, it is seen that the independent variable of "willingness to learn" has a positive significant effect on the dependent variable. However, it has been revealed that there is a negative relationship ($B = -.086$) between the openness to development independent variable and communicative proficiency in a foreign language, and it does not have a significant effect ($p = 0.350 / p > 0.05$). According to the model, the independent variables can explain 4.7% (adj. $R^2 = 0.047$) of the change in communicative proficiency in a foreign language. When the third dependent variable is examined, the independent variable "willingness to learn" was found to be statistically significant ($p < 0.05$). When examined in terms of the openness to development independent variable, it was seen that it did not contribute to the explanatory power of the dependent variable ($p = 0.437 / p > 0.05$). The independent variables can explain 10.1% ($R^2 =$

0.101) of the change in the third dependent variable. When the digital competence dependent variable is examined, it is observed that the independent variable of willingness to learn has a positive significant effect on the dependent variable. It has been revealed that the independent variable of openness to development does not have a significant effect in explaining the dependent variable ($p = 0.547 / p > 0.05$). The independent variable explained a part of the change in the dependent variable by 2.8% ($R^2 = 0.028$). This rate is the lowest explanation percentage in the model. When the last dependent variable is examined, it is observed that the independent variable of willingness to learn has a positive significant effect on the dependent variable ($p < 0.05$). When looked at in terms of the openness to development independent variable, it is seen that the independent variable does not have much contribution to the explanatory power of the dependent variable ($p = 0.75 / p > 0.05$). The independent variables explain 23.8% ($R^2 = 0.238$) of the change in the dependent variable. This rate is the highest explanation percentage in the model. It has been observed that the openness to development independent variable does not have a significant effect on communicative proficiency in a foreign language, mathematical basic competencies in information and technology, digital competencies, and citizenship awareness and entrepreneurship competence. Although the openness to development averages of tourist guides are high, it has been concluded that it does not have a significant effect on the sub-dimensions of lifelong learning competencies. Considering the results, the part of the study that created the hypothesis "H1 Lifelong Learning Tendency has a significant effect on Lifelong Learning Competency" was partially supported.

In the study, it was found that tourist guides have high lifelong learning tendencies. Hypothesis tests revealed that there is a positive significant effect of willingness to learn and openness to development independent variables on proficiency in the native language. However, when other dependent variables were examined, it was seen that the independent variable of openness to development does not have a significant effect on proficiency in a foreign language, mathematical basic competencies in information and technology, digital competencies, and citizenship awareness and entrepreneurship competence. Although the openness to development averages of tourist guides are high, it has been concluded that it does not have a significant effect on the sub-dimensions of lifelong learning competencies.

In conclusion, the lifelong learning tendencies and competencies of tourist guides have been found to be high. Moreover, it can be said that lifelong learning tendencies have a significant effect on lifelong learning competencies. The results indicate that tourist guides adopt lifelong learning as a principle by being aware of the importance of the profession they are engaged in. Adapting to new information and changes, and conveying them correctly to the other party, are the main duties of tourist guides. Supporting this with the principle of lifelong learning is an important process. After completing their formal education, both the responsibilities imposed on guides by the profession and their desire to improve themselves and continue learning throughout their lives indicate the continuity of the principle of lifelong learning.

Ulusal ve Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Sertifika Kriterlerinin Karşılaştırılması: Konaklama İşletmeleri Örneği¹

(Comparison of National and International Sustainable Tourism Certification Criteria: The Case of Accommodation Businesses)

Ekrem BAY^a

Buket BULUK EŞİTTİ^{b*}

^a Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Çanakkale- Türkiye
(ekrembay60@gmail.com) <https://orcid.org/0000-0002-1012-3755>

^b Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü Çanakkale-Türkiye
(bulukbuket@comu.edu.tr) <https://orcid.org/0000-0001-5646-6166>

MAKALE GEÇMİŞİ

Geliş Tarihi (Received):

04.02.2024

Kabul Tarihi (Accepted):

27.04.2024

Anahtar Kelimeler:

Turizm,
Konaklama İşletmeleri,
Sürdürülebilirlik,
Sertifika

Keywords:

Tourism,
Accommodation Businesses,
Sustainability,
Certificate

Makalenin Türü: Araştırma Makalesi

***Sorumlu Yazar:** Buket BULUK EŞİTTİ

E posta: bulukbuket@comu.edu.tr

Makalenin Künyesi: Bay, E. & Buluk Eşitti, B. (2024). *Ulusal ve Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Sertifika Kriterlerinin Karşılaştırılması: Konaklama İşletmeleri Örneği*, *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 27 (1), 34-57.

DOI: <https://doi.org/10.55931/ahbvtfd.1431671>

Öz

Turizm sektöründe sürdürülebilirlik ilkesini benimseyen tesis ve destinasyonlara, çevreye gösterdikleri duyarlı faaliyet ve işlemler için çevre ve kalite yönetim sertifikaları verilmektedir. Sertifikalar, çevreye saygılı ürünlerin tercih edilmesine, doğal kaynakların korunmasına ve çevresel yönetim vizyonunun oluşmasına destek vererek, turizmde önemli bir konumdadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı, sürdürülebilir turizm adına önemli bir nokta olan ulusal ve uluslararası sürdürülebilir turizm sertifikalarının kriterlerini kıyaslayarak benzerlik ve farklılıkların açıklanması amaçlanmıştır. Çalışma, kavramsal boyutta incelenmiş ve ikincil veri kaynaklarından yararlanılmıştır. İnceleme sonucunda konaklama işletmelerine verilen ulusal ve uluslararası sertifika kriterlerinin birçoğunda sertifika programının kuruluşundan itibaren güncelleme yapılmadığı görülmüştür. Ayrıca, ilgili sertifika programlarında genellikle Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi (GSTC) ve Avrupa Birliği (AB) kriterlerinin tercih edildiği ve konaklama işletmeleri için sürdürülebilir yönetim anlayışı, su kullanımı, enerji yönetimi, personel eğitimi, ziyaretçilerin çevre konusunda bilgilendirilmesi ve teşvik edilmesi, hayvanların korunması, atık yönetimi gibi kriterlerin sağlanması gerektiği tespit edilmiştir. Çalışma sonucunda sertifika kriterlerinin teknolojik ve mimari ilerlemelerle eşgüdümlü olarak güncellenmesi, sertifika kriterlerinin ülkelere hatta bölgelere göre değişiklik göstermesi ve asgari puan sınırlandırması yerine puan seviyelerine göre sertifika kademelerinin oluşturulması (bronz, gümüş ve altın) belirtilmiştir. Çalışmanın, turizm sektöründe sürdürülebilirlik uygulamalarının geliştirilmesi ve değerlendirilmesi açısından alanyazına katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

Abstract

Environmental and quality management certificates are given to facilities and destinations that adopt the principle of sustainability in the tourism sector for their sensitive activities and processes to the environment. Certificates support the preference of environmentally friendly products, the protection of natural resources and the formation of environmental management vision, and have an important position in tourism. In this context, the aim of the study is to compare the criteria of national and international sustainable tourism certificates, which are an important point for sustainable tourism, and to explain the similarities and differences. The study was examined conceptually and secondary data sources were used. As a result of the examination, it was seen that most of the criteria for national and international certificates given to accommodation businesses were not updated since the establishment of the certificate program. In addition, it was determined that Global Sustainable Tourism Council (GSTC) and European Union (EU) criteria were generally preferred in the relevant certificate programs and criteria such as sustainable management approach, water use, energy management, staff training, informing and encouraging visitors on environmental issues, animal protection, waste management were required for accommodation businesses. As a result of the study, it was stated that the certificate criteria should be updated in coordination with technological and architectural developments, the certificate criteria should vary according to countries or even regions, and instead of minimum score limit, certificate levels should be created according to score levels (bronze, silver and gold). It is predicted that the study will contribute to the literature in terms of developing and evaluating sustainability practices in the tourism sector.

¹ Bu çalışma; Ekrem BAY tarafından hazırlanan ve halihazırda Doç. Dr. Buket BULUK EŞİTTİ danışmanlığında yürütülen "Satın Alma Davranışı ve Yeniden Ziyaret Etme Niyeti Üzerinde Sürdürülebilir Turizm Sertifikalı Konaklama Tesislerinin Etkisi: Çanakkale Örneği" isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

1. Giriş

Çevrenin bozulmasıyla birlikte, çevre ve çevrecilik konusundaki bakış açıları, son zamanlarda büyük bir değişime uğramıştır (Anwar vd., 2023). İşletmeler, hangi alanda olursa olsun, çevreye karşı duyarlı olmaları gerektiğinin bilincine varmışlardır. Turizm işletmeleri de sürekli değişen ve gelişen bir sektörde yer almaktadırlar. Çevre ve turizm, birbirini doğrudan etkileyen iki faktördür. Bu iki faktör arasında uyumun sağlanması için de sürdürülebilir turizm kavramı geliştirilmiştir (Butler, 2000).

Sürdürülebilir turizm, gelecek kuşaklara daha iyi bir çevre mirası bırakmanın yoludur. (Yıldırğan ve Taşçıoğlu, 2023). Bu nedenle, turistik kaynakların zamanla şekil değişmesi, özelliğini kaybetmesi ve aşırı kullanım sonucu tehlike altında olanlar için turizm sektöründe yer alan tüm aktörler, koruma çalışmalarını hızlandırmışlardır. Sürdürülebilir turizmin sağlıklı bir biçimde uygulanabilmesi ve tüm dünyada genişlemesi için izleme, kontrol, lisanslama ve gönüllü sertifikasyon programları hayata geçirilmiştir. Bu bağlamda sertifikasyon sistemi, sürdürülebilir turizmi gerçekleştirmek, yaygınlaştırmak ve desteklemek için başvuru alan en yaygın yöntemdir (Satar ve Güneş, 2017: 30).

Sertifikalar; ürün ve hizmetlerin çevresel ilkelerine ilişkin bilgi sunan, güvenilirliğini kanıtlayan ve katılım özgürlüğü sunan bir pazarlama aracı olarak tanımlanmaktadır (Gökdeniz, 2017: 55). Bu sertifikalar, turizm işletmelerinin çevresel yeterliliklerini topluma kanıtlanmanın bir yoludur. Ayrıca, ziyaretçilerin üretilen mal ve hizmete karşı olumlu tutum geliştirmelerine ve işletmelerin rakiplerine karşı farklılıklar yaratmalarına da katkı sağlamaktadır (Güler ve Tufan, 2013). Sürdürülebilir turizm alanında hem dünyada hem de Türkiye’de, kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşları tarafından farklı sertifikasyon programları oluşturulmuş ve kullanılmaktadır. Araştırmanın amacı, konaklama işletmelerinde tercih edilen ulusal ve uluslararası sürdürülebilir turizm sertifikaları kriterlerinin karşılaştırılmasıdır. Konaklama işletmelerinde ulusal alanda Yeşil Yıldız, Yeşillenen Oteller ve Sürdürülebilir Turizm Sertifikası gibi sürdürülebilir turizm sertifikaları; uluslararası alanda ise Green Globe (Yeşil Küre), Green Key (Yeşil Anahtar), Travelife, Eco-Label, Blue Flag (Mavi Bayrak), LEED ve BREEAM gibi sürdürülebilir turizm sertifikaları kullanılmaktadır. Bu kapsamda çalışma, konaklama işletmeleri tarafından kullanılan ulusal ve uluslararası sürdürülebilir turizm sertifikalarının kriterlerini karşılaştırmaya yönelik gerçekleştirilen nitel bir araştırmadır. Nitel araştırma yöntemi, sertifikaların kriterlerine yönelik bilgi toplamak ve karşılaştırmak amacıyla seçilmiştir. LEED ve BREEAM sertifikası binaların sürdürülebilirliğini kapsadığından, Blue Flag (Mavi Bayrak) plajlara ve marinalara verildiğinden ve Beyaz Yıldız sertifika programı sonlandırıldığı için araştırmaya dahil edilmemiştir.

2. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Sertifikaları

Küresel ölçekte kullanılan birçok sertifikasyon sistemi bulunmaktadır. Deste ve diğerlerine (2018) göre bu sertifikalardan konaklama işletmelerinde en çok tercih edilenleri Green Globe (Yeşil Küre), Green Key (Yeşil Anahtar), Travelife ve Eco-Label, plajlarda ve marinalarda tercih edilen Blue Flag (Mavi Bayrak)'dır. Alkan (2022)'e göre yeşil bina sertifikasyonlarında dünyada önde gelen sertifika programları LEED ve BREEAM'dır. Çalışmanın amacı konaklama işletmelerinde tercih edilen sertifika programları olduğu için Green Globe (Yeşil Küre), Green Key (Yeşil Anahtar), Travelife ve Eco-Label sertifikaları incelenmiştir.

2.1. Green Globe (Yeşil Küre)

Dünya genelinde yaygın bir şekilde uygulanan Green Globe (Yeşil Küre) sertifika programı, seyahat ve konaklama işletmelerinin çevresel standartlara uygunluğunu değerlendirmek amacıyla tasarlanmıştır. Green Globe, 1992 yılında Rio'da düzenlenen BM Dünya Zirvesi'nde 182 Devlet Başkanı'nın onayladığı Gündem 21 prensiplerine dayanan, sürdürülebilir gelişmeyi sağlamak için küresel ölçekte tek karşılaştırma, belgelendirme ve performans geliştirme sistemidir (Cristiana, 2008: 342). Bu sertifika programı, Amerika merkezli olarak faaliyet göstermekte olup, sürdürülebilir turizm ve seyahat konularında şirketlere, toplumlara ve tüketicilere rehberlik etmektedir. Yeşil Küre sertifikasyon programının ana hedefi, bölgesel korumaya katkıda bulunurken eş zamanlı olarak çevresel sorunları çözmeye yardımcı olan geliştirilmiş standartların benimsenmesine de katkı sağlamaktır (Şişik, 2011: 65; Ceylan, 2019: 69).



Şekil 1. Green Globe logosu

Yeşil Küre sertifikasyon programında işletmeler, dört ana başlık altında 44 kriter ve 380'den fazla uygunluk göstergesinden oluşmakta ve her yıl bu kriterler iki kez güncellenmektedir. Green Globe (Yeşil Küre) sertifika programında üç seviye bulunmaktadır. Bu seviyeler Sertifikalı Üye, Altın Üye ve Platin Üyedir. Sertifikalı üye kriterlerle ilgili 380 göstergenin %50 oranından fazlasının sağlanması koşulu ile, Altın Üye olabilmek için işletmenin tüm kriterleri sağlaması ve art arda beş yıl sertifikalı olması, Platin Üye olabilmek için ise işletmenin tüm kriterleri sağlaması ve art arda on yıl sertifikalı olması gerekmektedir. Sertifikasyonun tipi, coğrafi ve yerel konum gibi faktörlere bağlı olarak standartlar farklılık

göstermektedir (Green Globe, 2023; Kulakoğlu ve Dilek, 2011). Yeşil Küre sertifikasyon programı; Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi (GSTC) kriterlerini baz alarak düzenlenmiş dört ana başlık altında aşağıdaki konular yer vermektedir:

Sürdürülebilir yönetim: Sürdürülebilir bir yönetim sistemi; personel eğitimi, müşteri memnuniyeti, sürdürülebilir bina tasarımı ve inşası, iletişim stratejileri, sağlık ve güvenlik gibi konuları içermektedir.

Sosyo-ekonomik: Toplumsal ilerleme, yerel işgücünün güçlendirilmesi, yerel girişimcilere destek, yerel topluma saygı, çalışanların haklarının korunması gibi konuları içermektedir.

Kültürel miras: Etik normlar, tarihî zenginliklerin muhafazası, kültürel bütünleşme gibi konuları içermektedir.

Çevresel: Sürdürülebilir tüketim alışkanlıkları, enerji ve su tasarrufu, enerji ve su yönetimi, ürünlerin tekrar kullanımı, geri dönüşüm çabaları, doğal yaşamın korunması gibi konuları içermektedir (Deste vd., 2018; Green Globe, 2023).

2.2. Green Key (Yeşil Anahtar)

Yeşil Anahtar sertifikasyon programı, çevreyi koruma çabalarının ödüllendirilmesiyle iklim değişikliğinin engellenmesi ve sürdürülebilir turizmin desteklenmesini hedefleyen uluslararası bir programdır (Aslan ve Güneş, 2015: 608). Green Key, işletmelerin çevreyi korumak, maliyetleri düşürmek ve çevre bilinçli müşterilere ulaşmak için nasıl hareket edeceklerini öğrenmelerine ve uygulamalarına rehberlik etmektedir (Strick ve Fenich, 2013: 166). Program, Danimarka'nın Kopenhag şehrinde konumlanmış olan Çevre Eğitim Vakfı'nın (FEE) yönetimi altında uluslararası olarak yürütülmektedir (Green Key, 2023).



Şekil 2. Green Key logosu

Yeşil Anahtar sertifikası; konaklama işletmeleri, restoranlar, doğa kamp alanları, tatil ve kongre merkezleri ve turistik çekim noktaları gibi çeşitli işletmeler için tasarlanmıştır (Cristiana, 2008:342). Yeşil Anahtar sertifikası, gerekli kriterleri sağlayan işletmelere bir yıllığına verilmektedir. Yeşil Anahtar 'da 13 ana başlık altında 150 kriter yer almakta ve kriterlere uygun olan tesislere bayrak, plaket ve sertifikaları verilmektedir. Bu ana başlıklar;

Çevre yönetimi: Bu başlık altında dokuz kriter bulunmaktadır. Tesiste çevre yöneticisi olması, çevre politikası geliştirilmesi, yıllık sürdürülebilir eylem planlarını oluşturmalı, paydaşlarla iş birliği yapması, karbon emisyon ölçümlerinin yapılması gibi kriterlere yer verilmektedir.

Personel katılımı: Bu başlık altında altı kriter bulunmaktadır. Personelin çevre konusunda bilgilendirilmesi, personelin yıllık sürdürülebilirlik eğitimleri gibi kriterlere yer verilmektedir.

Konuk bilgilendirme: Bu başlık altında yedi kriter bulunmaktadır. Sertifikanın görünür bir yerinde ve web sitesinde sergilenmesi, ziyaretçilerin çevresel konulara teşvik edilmesi gibi kriterlere yer verilmektedir.

Su kullanımı: Bu başlık altında 17 kriter bulunmaktadır. Su tüketimlerinin kaydedilmesi, tasarruflu cihazların kullanılması, su arızalarının ivedi onarılması, musluk ve duş başlıklarından su akış miktarları gibi kriterlere yer verilmektedir.

Yıkama ve temizleme: Bu başlık altında 12 kriter bulunmaktadır. Havluların ve nevresimlerin ziyaretçilerin isteklerine göre değiştirileceği yönelik bilgi notları, temizlik ürünlerinde eko etiket olması, temizlik için doğal bez kullanımı gibi kriterlere yer verilmektedir.

Atık yönetimi: Bu başlık altında 19 kriter bulunmaktadır. Atıkların en az üç grupta toplanması, yiyecek ve içecek ile ilgili alanlarda tek kullanımlık ürün kullanılmaması, tehlikeli atıkların güvenli bir şekilde depolanması, toplam atık miktarının kaydedilmesi, tek kullanımlık ürünlerde geri dönüştürülebilir ambalajların kullanılması, atık planının bulundurulması gibi kriterlere yer verilmiştir.

Enerji yönetimi: Bu başlık altında 29 kriter bulunmaktadır. Enerji tüketim miktarlarının kaydedilmesi, tasarruflu ve led aydınlatmaların kullanılması, yeni alınacak elektrikli cihazların belirli düzeylerin altında enerji kullanımı olması, odalarda minibar kullanımının azaltılması, beş yılda bir enerji denetimi yapılması, yeşil bina derecelendirme sistemi olması gibi kriterlere yer verilmiştir.

Yiyecek ve içecek: Bu başlık altında 11 kriter bulunmaktadır. İşletmenin satın aldığı ürünlerden en az beş adedinin organik veya yerel üretim olması, nesli azalan ve koruma altında olan ürün alınmaması, vejetaryen ürünlere de yer verilmesi, sürdürülebilir etikete sahip et ve deniz ürünleri kullanımı gibi kriterlere yer verilmektedir.

İç çevre yönetimi: Bu başlık altında altı kriter bulunmaktadır. Sigara içme alanları, iç hava kalitesinin izlenmesi, tadilat işlerinde çevre dostu malzeme seçimi gibi kriterlere yer verilmektedir.

Yeşil alanlar: Bu başlık altında altı kriter bulunmaktadır. Yeşil alanlarda kimyasal kullanılmaması, akıllı sulama sistemleri, yerel bitki kullanımı, tesis bölgesinde meyve veya bitki bahçesi olması gibi kriterlere yer verilmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk: Bu başlık altında 11 kriter bulunmaktadır. Çocuk işçi çalıştırılmaması, engelli bireylere yönelik düzenlemeler, kadınların istihdamına yönelik adil tutum, en az iki sosyal sorumluluk projesini desteklemesi, sürdürülebilir satın alma politikası gibi kriterlere yer verilmektedir.

Yeşil aktiviteler: Bu başlık altında beş kriter bulunmaktadır. Bölgedeki park, peyzaj ve doğa koruma alanları hakkında bilgiler ziyaretçilere aktarılmalı, bisiklet kiralama ve ödünç alma olanağı gibi kriterlere yer verilmektedir.

İdare ve yönetim: Bu başlık altında 12 kriter bulunmaktadır. İşletme içerisinde yer alan ve üçüncü şahıslar tarafından kiralık alanların yeşil anahtar kriterlerine teşvik edilmesi, kâğıt kullanımı azaltma politikaları, tedarikçilere sürdürülebilirlik taahhütleri hakkında bilgi verilmesi, işletme dışarıdan çamaşırhane hizmeti alıyorsa mesafesi en çok 100 km. olmalı, çevre dostu motorlu araç kullanımı gibi kriterlere yer verilmektedir (Green Key, 2023; Türkiye Çevre Eğitim Vakfı, 2023).

Belirtilen kriterler mevcut yıl içinde en az bir kez denetim yapılmakta ve kriterleri yerine getirmeyen tesislerin sertifikası süre bitimi beklenmeden geri alınmaktadır (Türkiye Çevre Eğitim Vakfı, 2023).

2.3. Travelife

Tur operatörleri, acenteler, oteller ve otel işletmecilerine verilen ve 49 ülkeden 1000 tane üyesi olan bu oluşum 2007 yılında Londra’da kurulmuştur. Sürdürülebilir turizm ilkesi ile hareket eden işletmecilere verilen Travelife Sertifikasının üye ülkelerinden biri de Türkiye’dir. Etiketin üç adet aşaması vardır. İlki “*Engagement*” kısmıdır. Katılım ya da birliktelik anlamına gelen bu süreç şirketin iyi uygulamalarının Travelife tarafından desteklendiği ama daha bir ödüllendirmenin olmadığını belirtir. İkinci aşama ise Travelife’ın belirlediği temel koşulların sağlanmasında verilen “*Travelife Partner*” konumudur. Şirket Travelife’ın logosunu kullanma hakkını kazanır ve bu logo şirketin organizasyon tarafından desteklendiğini belirtir. Üçüncü aşama “*Travelife Certified*” aşamasıdır. Söz konusu şirketin, “Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi” ölçütlerine uygun düzenlemelerinin olduğunu ve bunların Travelife tarafından desteklendiğini belirten sertifikadır (Travelife, 2023). Kısacası Travelife uygulaması hem seyahat acenteleri hem de konaklama işletmeleri için çevresel, sosyal ve ekonomik etkiler üzerine yoğunlaşmış iki yıl geçerliliği olan web tabanlı bir ödüllendirme sistemidir (Baddeley ve Font, 2015: 7).



Şekil 3. Travelife logosu

Travelife sertifikasına sahip olmak isteyen işletmeler için dokuz ana başlık altında 138 kriter yer almaktadır. Bu ana başlıklar;

Yıllık değerlendirme, planlama ve temel politikalar: Bu başlık altında sertifikaya yeni başvuru yapacak işletmeler için 27 kriter bulunmaktadır. İşletmenin güçlü ve zayıf yönlerini, en çok katkı sağladığı ve geliştirmeye ihtiyaç duyduğu alanları belirlemesine ve böylece gelecek planlarını yapmasına imkân veren yıllık bir iyileştirme sürecini kapsamaktadır.

Yasal uyum ve ruhsatlandırma: Bu başlık altında sertifikaya yeni başvuru yapacak işletmeler için 13 kriter bulunmaktadır. İşletmenin yasal konularına önem vermektedir. İşletmenin faaliyet gösterdiği alanda geçerli olan tüm kanunlar, kurallar, uygulama ilkeleri ve lisanslama şartlarına tam olarak hâkim olmasını ve bunlara uygun davranmasını amaçlamaktadır.

Dürüstlük, şeffaflık, adillik ve cevap verebilirlik: Bu başlık altında sertifikaya yeni başvuru yapacak işletmeler için 35 kriter bulunmaktadır. İşletmenin iş ahlakına sahip olduğunu ve tüm insanlara eşit muamele ettiğini garanti etmeyi hedeflemektedir. Paydaşların, işletmenin faaliyetlerine ilişkin doğru bilgiler edinebilmesini ve işletmenin gelişimine katkı sağlayacak kararlar verebilmesini ve geri bildirimlerde bulunabilmesini mümkün kılmaktadır. İşletmenin sürdürülebilirlik raporlarını kamuya açık bir şekilde yayınlaması, sürdürülebilirlik hedefleri ve başarıları hakkında doğru ve açık bilgiler vermesi, işletmeyi ve turizm sektörünü ‘yeşil yıkama’ eleştirilerinden uzak tutmaya katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Paydaş katılımı ve desteği: Bu başlık altında sertifikaya yeni başvuru yapacak işletmeler için 18 kriter bulunmaktadır. Paydaşların, işletmenin sorumluluk bilinciyle yaptığı çalışmalarını takip edebilmelerini ve sürdürülebilirlik sözlerini tutma ve amaçlarına ulaşma noktasında işletmeye nasıl katkı sağlayabileceklerini rahatça öğrenebilmelerini sağlamayı hedeflemektedir.

Sürdürülebilir tedarik: Bu başlık altında sertifikaya yeni başvuru yapacak işletmeler için dokuz kriter bulunmaktadır. İşletmenin piyasadan satın alma yönteminin, sürdürülebilirlik taahhütleri ve hedefleri ile uyumlu olurken çevresel ve sosyal etkileri olumlu yönde etkilemesi için düzenlenmiştir.

Sera gazı salımlarının en aza indirilmesi ve biyoçeşitliliğin korunması: Bu başlık altında sertifikaya yeni başvuru yapacak işletmeler için 15 kriter bulunmaktadır. İşletmenin normal işleyiş kuralları sera gazı salınımını düşürmeye ve biyoçeşitliliği korumaya katkı sağlayan bazı temel eylemleri kapsamaktadır.

Kriz veya acil durum etkilerinin en aza indirilmesi: Bu başlık altında sertifikaya yeni başvuru yapacak işletmeler için dokuz kriter bulunmaktadır. Bir kaza, felaket veya krizin çevre ve insanlar üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak için plan ve prosedürler geliştirmesini sağlamaktadır.

Hayvan refahı: Bu başlık altında sertifikaya yeni başvuru yapacak işletmeler için beş kriter bulunmaktadır. Turizmin farklı alanlarında bulunan hayvanlara iyi davranılmasını sağlamaya yöneliktir. Bu, hayvanların yaşam standartlarını arttırdığı gibi genel turist memnuniyetini ve destinasyonun prestijini de yükseltmeyi hedeflemektedir.

Çevresel performansın ölçülmesi ve izlenmesi: Bu başlık altında sertifikaya yeni başvuru yapacak işletmeler için yedi kriter bulunmaktadır. İşletmenin çevresel etkilerini ve taahhütlerini, hedeflerine uygun olarak gerçekleştirdiği ilerlemeyi takip etmek için bir yöntemin bulunmasını sağlamaktır. Bu, işletmenin uyguladığı önlemlerin sonuç verip vermediğini veya amaç ve hedeflerine erişmek için farklılık göstermesi gerekip gerekmediğini sürekli olarak değerlendirmesine imkân tanımaktadır ([Travelife](#), 2023).

2.4. Eco-Label

Avrupa Birliği'nde turizm faaliyetlerine katılanlara güven veren, işletmelerin sürdürülebilir olmasını destekleyen ve çevre problemlerini minimize eden bir çevre işareti olarak tanımlanmaktadır (Yaşar, 2020: 38). Başlangıç olarak Avrupa Birliğine (AB) özgü olarak 23 Mart 1992'de 880 numaralı yönetmelikle bir çevre işareti sistemi olarak oluşturulmuştur (Özdoğan vd., 2007; Bellini, 2022). Ceylan (2019), 2010 yılında yasa yeniden düzenlenerek 66/2010/EC numaralı Eko-Etiket Yönetmeliği olarak hayata geçirilmiştir. Ardından, AB'nin 30 Haziran 2017 yılında yaptığı toplantı sonucunda (AB) 2017/175 (2) sayılı Karar ile Komisyon, turistik konaklama ürün grubu için AB Eko-etiket kriterleri 26 Ocak 2022 yılına kadar geçerli olacak şekilde güncellenmiştir. Devamında ise 20 Ekim 2021 yılında yapılan toplantıda 2017 yılında belirtilen kriterlerin geçerlilik süresi 30 Haziran 2025 yılına kadar değişiklik yapılmadan uzatılmıştır (Avrupa Birliği, 2024). Eco- Label sertifikası ürünlere ve hizmetlere verilmektedir. Bunlardan ürün ve hizmetlerden bazıları; kozmetik ürünler, çamaşır ve bulaşık makinesi deterjanları, kumaşlar, mobilyalar, kamp alanları ve turist konaklama hizmetleridir.



Şekil 4. Ecolabel logosu

Eko-Label değerlendirme formu incelendiğinde Avrupa Birliği kriterlerine uygun olarak beş ana başlık altında, zorunlu 22 ve isteğe bağlı olmak üzere toplam 67 kriter yer almaktadır (Avrupa Birliği, 2024). İşletmenin sertifikayı alabilmesi için isteğe bağlı kriterlerden 20 ila 31 puan alması gerekmektedir (Yenişehirlioğlu, 2017: 104). Bu beş ana başlık;

Genel yönetim kriterleri: Bu başlık altında sertifikaya sahip olmak isteyen işletmeler için beş zorunlu kriter bulunmaktadır. Zorunlu kriterler dışında isteğe bağlı olarak beş kriter daha bulunmakta ve bu kriterlerin toplam puanı 18'dir. Kriterlerde çevre yönetim sistemi, personel

eğitimi, misafir bilgilendirilmesi gibi zorunlu ve isteğe bağlı olarak eko etiketli hizmetler, tüketimlerin izlenmesi gibi şartlar yer almaktadır.

Enerji kriterleri: Bu başlık altında sertifikaya sahip olmak isteyen işletmeler için sekiz zorunlu kriter bulunmaktadır. Zorunlu kriterler dışında isteğe bağlı olarak 14 kriter daha bulunmakta ve bu kriterlerin toplam puanı 46,5'tir. Kriterlerde tasarruflu cihazlar ve aydınlatmalar, yenilenebilir enerji tedariki gibi zorunlu ve isteğe bağlı olarak otomatik kapanan cihazlar, bölgesel ısıtma/soğutma gibi şartlar yer almaktadır.

Su kriterleri: Bu başlık altında sertifikaya sahip olmak isteyen işletmeler için üç zorunlu kriter bulunmaktadır. Zorunlu kriterler dışında isteğe bağlı olarak dokuz kriter daha bulunmakta ve bu kriterlerin toplam puanı 24,5'tir. Kriterlerde tasarruflu su armatürleri gibi zorunlu ve isteğe bağlı olarak yağmur suyu ve gri su geri dönüşümü, su sertliği ölçümü, verimli sulama gibi şartlar yer almaktadır.

Atık ve atık su kriterleri: Bu başlık altında sertifikaya sahip olmak isteyen işletmeler için üç zorunlu kriter bulunmaktadır. Zorunlu kriterler dışında isteğe bağlı olarak dokuz kriter daha bulunmakta ve bu kriterlerin toplam puanı 19,5'tir. Kriterlerde israfı önleme ve atık ayrıştırma gibi zorunlu ve isteğe bağlı olarak buz çözme, atık su arıtma, temizlik ürünü kullanımı azaltılması gibi şartlar yer almaktadır.

Diğer kriterler: Bu başlık altında sertifikaya sahip olmak isteyen işletmeler için üç zorunlu kriter bulunmaktadır. Zorunlu kriterler dışında isteğe bağlı olarak sekiz kriter daha bulunmakta ve bu kriterlerin toplam puanı 16,5'tir. Kriterlerde ortak alanlarda sigara içilmemesi ve çevreci araçların tercihi gibi zorunlu ve isteğe bağlı olarak yerel ve organik ürün tercihi, sosyal politikalar gibi şartlar yer almaktadır.

Yukarıda belirtilen kriter sonucunda genel olarak bir konaklama işletmesinin Eco-Label sertifikasını alabilmek için zorunlu kriter dışında, isteğe bağlı puanlamada 124 puan üzerinden 20 ila 31 puanı elde etmesi gerekmektedir (Avrupa Birliği, 2024).

3. Ulusal Sürdürülebilir Turizm Sertifikaları

Türkiye'de konaklama işletmelerinin çevreye verdiği zararları azaltmak için, ilgili kuruluşlar (Türkiye Otelciler Federasyonu, Sürdürülebilirlik Akademisi, Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı) tarafından çeşitli sertifikasyon programları yürütülmektedir. Bu sertifikasyon programları Yeşil Yıldız, Yeşillenen Oteller ve Sürdürülebilir Turizm Sertifikasıdır. Günümüzde ulusal alanda güncel olarak konaklama işletmeciliğinde yaygın olarak kullanılan standartlar ve sertifikalar Tablo 2'de sunulmuştur.

3.1. Yeşil Yıldız

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından oluşturulan Yeşil Yıldız sertifikasyon programı, sürdürülebilir turizmi desteklemeyi ve çevreyi korumayı amaçlamakta olup, tesislerin yapım sürecinden itibaren çevre dostu bir şekilde tasarlanmasını, planlanmasını ve faaliyete geçirilmesini hedeflemektedir (Kızılırmak, 2011: 9). Doğayı koruma ve sürdürülebilir turizme

odaklanan işletme yönetimi uygulamalarını içeren yeşil otelcilik veya yeşil yıldız uygulaması olarak tanımlanan, konaklama tesislerinin sadece enerji tasarrufu yapmakla kalmayıp aynı zamanda doğaya bırakılan atıkları azaltmada da etkili olmaktadır (Celiloğlu, 2014: 39). Çevre duyarlı konaklama sertifikası olarak bilinen Yeşil Yıldız, su kullanımında tasarruf, enerji verimliliği, yenilenebilir enerji kaynaklarının tercihi, zararlı atıkların azaltılması, konaklama işletmelerinin yatırım sürecinden itibaren çevresel duyarlılık kazanması ve çevreyle uyumunun artırılması, çevre eğitimlerinin sağlanması ve ilgili kurumlarla iş birliği yapmayı amaçlamaktadır (Arısoy, 2014).



Şekil 5. Yeşil Yıldız logosu

Yeşil Yıldız sertifikasını elde etmek isteyen konaklama tesisleri, Kültür ve Turizm Bakanlığı'na başvurarak Avrupa Birliği kriterlerine uygun olarak belirlenmiş 10 ana başlık altında 122 kriterden asgari puanı yerine getirmekle yükümlüdür (Özçoban, 2010; Kutluay Tutar, 2015; Doğan ve Ertaş, 2018). Belirlenen 10 ana başlık konuları;

Genel yönetim: Bu başlık altında sertifikaya sahip olmak isteyen işletmeler için 6 zorunlu kriter olmak üzere 13 kriter üzerinden değerlendirilmekte ve bu bölümden elde edilebilecek toplam puan 72'dir. İşletmenin çevre politikası, su kullanımı, ısıtma ve soğutma için enerji kullanımı, elektrik tüketimi ve genel enerji kullanımı konusunda verileri toplaması ve izlemesini, çevre yönetim sertifikalarını kapsamaktadır.

Eğitim: Bu başlık altında sertifikaya sahip olmak isteyen işletmeler için altı kriter üzerinden değerlendirilmekte ve bu bölümden elde edilebilecek toplam puan 17'dir. Personelin çevre bilincinin artırılması için düzenli eğitimleri, misafirlere çevre eğitimi verilmesi gibi kriterleri içermektedir.

Tesisin yatak odalarındaki düzenlemeler: Bu başlık altında sertifikaya sahip olmak isteyen işletmeler için 23 kriter üzerinden değerlendirilmekte ve bu bölümden elde edilebilecek toplam puan 70'tir. Yüksek verimli ve az enerji tüketen cihazların tercih edilmesi, çevre duyarlılık posterleri, ısıtma ve soğutmanın kontrollü olması, tek kullanımlık malzemelerin tercih edilmemesi gibi kriterleri içermektedir.

Tesisin çevreye uyumu, çevreyi güzelleştirici düzenleme ve etkinlikler: Bu başlık altında sertifikaya sahip olmak isteyen işletmeler için altı üzerinden değerlendirilmekte ve bu

bölümden elde edilebilecek toplam puan 27'dir. Doğa ile görsel uyum, çevre düzenlemesi gibi kriterleri içermektedir.

Ekolojik mimari: Bu başlık altında sertifikaya sahip olmak isteyen işletmeler için sekiz kriter üzerinden değerlendirilmekte ve bu bölümden elde edilebilecek toplam puan 42'dir. Doğal havalandırma oluşturulması, tesis dış çevresinde kullanılan camların özellikleri belirten kriterleri kapsamaktadır.

Enerji yönetimi: Bu başlık altında sertifikaya sahip olmak isteyen işletmeler için 22 kriter üzerinden değerlendirilmekte ve bu bölümden elde edilebilecek toplam puan 178'dir. Merkezi ısıtma ve soğutma sistemi, tasarruflu aydınlatma ekipmanları kullanımı, doğal yollarla çamaşır kurutulması, belirli oranlarda yenilenebilir enerji kullanımı gibi kriterleri içermektedir.

Su kullanımı: Bu başlık altında sertifikaya sahip olmak isteyen işletmeler için 16 kriter üzerinden değerlendirilmekte ve bu bölümden elde edilebilecek toplam puan 57'dir. Genel alanlarda tasarruflu armatürlerin kullanılması, atık suların iyileştirilmesi gibi kriterleri içermektedir.

Deterjanlar, dezenfektanlar ve tehlikeli kimyasal maddeler: Bu başlık altında sertifikaya sahip olmak isteyen işletmeler için altı kriter üzerinden değerlendirilmekte ve bu bölümden elde edilebilecek toplam puan 16'dır. Çevreye duyarlı deterjan kullanımı, yüzme havuzlarında otomatik dozaj sistemi, kimyasal madde kullanılmadan temizlik yapılması gibi kriterleri içermektedir.

Atıklar: Bu başlık altında sertifikaya sahip olmak isteyen işletmeler için 12 kriter üzerinden değerlendirilmekte ve bu bölümden elde edilebilecek toplam puan 53'tür. Artan yiyeceklerin hayır kurumlarına verilmesi, atıkların personel tarafından ayrıştırılması gibi kriterleri içermektedir.

Diğer hizmetler: Bu başlık altında sertifikaya sahip olmak isteyen işletmeler için 10 kriter üzerinden değerlendirilmekte ve bu bölümden elde edilebilecek toplam puan 51'dir. Ziyaretçilere bisiklet imkanının sunulması, kâğıt tüketiminin azaltılması, öğünlerde en az iki yerel yiyeceğin sunulması gibi kriterleri içermektedir (Türkiye Otelciler Federasyonu, 2023).

İşletmelerin Yeşil Yıldız sertifikasını alabilmesi için 10 ana başlık altında yer alan 122 kriterden toplam elde edebileceği puan 583'tür. İşletmelerin 583 puan üzerinden alması gereken asgari puan Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. İşletmelerin Yeşil Yıldız Alabilmeleri İçin Alması Gereken Asgari Puanlar

Sınıfı	Asgari Puanlar	
	Tatil Tesisleri	Şehir Tesisleri
5 Yıldızlı Tatil Köyü	330	-
5 Yıldızlı Otel	300	250
4 Yıldızlı Tatil Köyü	280	-
4 Yıldızlı Otel	230	200
3 Yıldızlı Otel	170	170
1-2 Yıldızlı Otel-Diğer Konaklama Tesisleri	140	140

Kaynak: Türkiye Otelciler Federasyonu, 2023

Tablo 1’de belirtildiği üzere konaklama işletmeleri, tatil tesisleri ve şehir tesisleri olarak ikiye ayrılmıştır. Tatil tesisleri olarak belirtilen işletmelerin alması gereken asgari puanlar şehir tesislerine göre biraz fazladır.

3.2. Yeşillenen Oteller (Greening Hotels) Sertifikası

2009 yılında İstanbul’da gerçekleştirilen 5. Dünya Su Forumu’nun esasını oluşturduğu ve Türkiye Otelciler Birliği (TUROB)’nin öncülük ettiği bu proje, turizm alanında faaliyet gösteren konaklama tesislerinin çevre dostu olmaları için destekleyici bir nitelik taşımaktadır (Sürdürülebilirlik Akademisi, 2023).



Şekil 6. Yeşillenen Oteller logosu

Bureau Veritas ve TUROB’un ortaklaşa hayata geçirdiği Yeşillenen Oteller sertifikası, Sürdürülebilirlik Akademisi’nin desteği sayesinde daha bilinir hale gelmiştir (Ertaş vd., 2017: 106). Bureau Veritas’ın denetlediği Yeşillenen Oteller sertifikası, otel lobileri, odalar ve yemek salonları başta olmak üzere enerji ve su yönetimi gibi alanlarda dört ana aşamayı içermektedir (Doğancılı ve Akbulut, 2015; Süklüm, 2018). Bu dört ana aşama;

Enerji yönetimi: İşletmede aydınlatma sistemlerinin verimli olması, akıllı aydınlatma sistemlerinin tercih edilmesi, güneş ışığından maksimum düzeyde faydalanılması, ısıtma ve soğutma sistemlerinde tasarruf sağlayıcı yöntemler uygulanması ve kurulması gibi önlemler göz önünde bulundurulur. Kendi enerjisini sağlayabilen, en azından harcadığı enerjinin bir bölümünü bu şekilde karşılayabilen işletmeler bu alanda başarılı sayılır. Odalarda bulunan elektronik aletlerin (klima, mini bar) A sınıfı olması daha uygundur.

İç hava kalitesinin artırılması: İşletmenin çevreye duyarlı bir tesis olabilmesi için aynı zamanda temiz ve sağlıklı hava kalitesini sağlaması gerekmektedir. İşletmenin iç ve dış

mekân tasarımlarında yapılacak zekice değişiklikler ile hava kalitesi rahatça arttırılabilir. Sigara içilen ve içilmeyen odalar birbirlerinden mümkün olduğunca uzak tutulmalı, giriş kapıları içeri toz girmeyecek şekilde dizayn edilmeli ve havalandırma sistemlerinin periyodik temizliği lisanslı firmalarca yapılıyor olmalıdır.

Atık azaltımı: İşletmeler, geri dönüşüm kutuları aracılığıyla müşterilerini geri dönüşüme teşvik etmeli ve atık yönetimi konusunda sorumluluk almalıdır. Ziyaretçilerin atık yönetimi konusunda farkındalık kazanmaları için bilgilendirici afişler ve her odada geri dönüşüm kutusu bulunması işletmelerin önem vermesi gereken detaylardır.

Su yönetimi: İşletmeler su yönetimi konusunda su tüketimini düşürmek, su kaynaklarını verimli kullanmak ve tasarrufu önemsemek zorundadır. Tuvaletlerde su tasarrufu sağlayan cihazlar kullanmak, duşta suyu kısıtlamak, yağmur suyunu geri kazanmak gibi yöntemlerle su yönetimini geliştirmek mümkündür. Atık suların su arıtma tesislerine ulaştırılması ve her yıl tüketilen su miktarının izlenip analiz edilmesi, su tasarrufunu geliştirmenin önemli yöntemlerindedir (Sürdürülebilirlik Akademisi, 2023).

Yeşillenen Oteller sertifikasına sahip olmak için konaklama tesisleri, en az %60 puan sınırını geçmek zorundadır. Bu sertifika programı kapsamında işletmelerin başarı düzeyine bağlı olarak kazanılan puanlar neticesinde üç farklı seviyede sertifikasyon verilmektedir. Bunlar; %60 başarı puanı Bronz, %75 başarı puanı Silver ve %90 başarı Gold Greening Hotel olarak belgelendirilmeye hak kazanmaktadırlar (Kayıkçı vd., 2014: 388). Konaklama işletmelerinin başvuruları değerlendirildikten sonra gerekli şartları yerine getirerek sertifikayı kazanan işletmeler, bu belgeyi elde etmenin ardından iki yıl boyunca kullanma hakkı elde etmektedir. İki yılın ardından sertifikayı devam ettirmek isteyen işletmelere yönelik denetim yapılmaktadır (Deste vd., 2018).

3.3. Sürdürülebilir Turizm Sertifikası

2022'de başlatılan sürdürülebilir turizm sertifika programı, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın bağlı kuruluşu olan Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA) ile GSTC arasındaki iş birliği ile hayata geçirilmiştir. Bu sertifika programı, küresel düzeyde GSTC ile bir ülkenin iş birliğiyle geliştirilen ilk sertifika programı olma özelliğine sahiptir. Sertifikasyon programının hedefi; Türkiye'de turizme kaynaklık eden doğal ve kültürel zenginliklerin korunması, iyileştirilmesi, geliştirilmesi, yerel topluluklar için sosyo-ekonomik faydaların en üst düzeye çıkarılması ve küresel ölçekte tanıtımının artırılması amacıyla sürdürülebilir turizm standartlarının ortaklarla iş birliği içinde oluşturulmasıdır. Turizmde sürdürülebilirliğin küresel ölçekteki kriterlerini belirleyen GSTC kriterleri, hiçbir değişikliğe uğratılmadan Türkiye Sürdürülebilir Endüstri Kriterleri (TR-I) olarak kabul edilmiştir (Buluk Eşitti ve Bay, 2023: 592).



Şekil 7. Sürdürülebilir Turizm Sertifika logosu

TR-I kriterleri, Türkiye turizminin sürdürülebilir kalkınmasını desteklemek ve tüm turizm paydaşlarının katılımıyla ortak bir vizyon oluşturmasını sağlamak için oluşturulmuştur. Konaklama işletmeleri ve tur operatörleri için hayata geçirilmiş olan TR-I, dört ana başlık çerçevesinde düzenlemiştir. Bu başlıklar; sürdürülebilir yönetim, kültürel sürdürülebilirlik, sosyo-ekonomik sürdürülebilirlik ve çevresel sürdürülebilirliktir. Sürdürülebilir turizm programı üç aşamadan ve 42 kriterden oluşmaktadır. Sürdürülebilir turizm sertifikasyon süreci ise TGA tarafından yetki verilen denetim firmaları tarafından konaklama işletmeleri için belirlenen 42 kriter ve bu kriterlerin olup-olmadığını belirten 167 göstergenin kontrolü sonrasında verilmekte ve sertifikaların geçerlilik süresi bir yıl olarak belirlenmiştir (Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı, 2023). Belirtilen dört ana başlık;

Etkili bir sürdürülebilir yönetimin gösterilmesi: Bu başlık altında birinci aşamada altı kriter, ikinci aşamada iki kriter ve son aşamada beş kriter olmak üzere toplam 13 kriter bulunmaktadır. Sürdürülebilir yönetim sistemi, yasal uyum, raporlama, personel katılımı gibi kriterleri kapsamaktadır.

Yerel/Bölge toplumunun sosyal ve ekonomik faydalarının en üst düzeye çıkarılması ve olumsuz etkilerin en aza indirilmesi: Bu başlık altında birinci aşamada bir kriter, ikinci aşamada beş kriter ve son aşamada üç kriter olmak üzere toplam dokuz kriter bulunmaktadır. Yerel halkın desteklenmesi ve istihdamı, fırsat eşitliği gibi kriterleri içermektedir.

Kültürel mirasın faydalarının en üst düzeye çıkarılması ve olumsuz etkilerinin en aza indirilmesi: Bu başlık altında birinci aşamada bir kriter, ikinci aşamada bir kriter ve son aşamada iki kriter olmak üzere toplam dört kriter bulunmaktadır. Kültürel etkileşim, kültürel mirasın korunması gibi kriterleri kapsamaktadır.

Çevreye olan faydaların en üst düzeye çıkarılması ve olumsuz etkilerin en aza indirilmesi: Bu başlık altında birinci aşamada altı kriter, ikinci aşamada yedi kriter ve son aşamada üç kriter olmak üzere toplam 16 kriter bulunmaktadır. Çevreye duyarlı satın alma, enerji ve su tasarrufu, kirliliğin en aza indirilmesi, biyoçeşitliliğin korunması, doğal alanlara ziyaret gibi kriterleri kapsamaktadır (Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı, 2023).

4. Bulgular

Konaklama işletmelerinde tercih edilen ulusal ve uluslararası sertifika programlarına yönelik alanyazın incelemesi sonucunda elde edilen bilgiler (başlangıç yılları, geçerlilik süreleri kriter sayıları seviyeleri, göstergeleri ve zorunlu ve isteğe bağlı durumları) Tablo 2’ de sunulmuştur.

Tablo 2. Ulusal ve Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Sertifika Programları Yönelik Genel Bilgiler

Sertifika Adı	Başlangıç Yılı	Geçerlilik Süresi	Seviye	Durumu
Green Globe (Yeşil Küre)	1992	1 yıl	3	İsteğe bağlı
Eco-Label	1992	-	-	İsteğe bağlı
Green Key (Yeşil Anahtar)	1994	1 yıl	-	İsteğe bağlı
Travelife	2007	2 yıl	3	İsteğe bağlı
Yeşil Yıldız	2008	1 yıl	-	İsteğe bağlı
Yeşillenen Oteller	2009	2 yıl	3	İsteğe bağlı
Sürdürülebilir Turizm	2023	1 yıl	-	Zorunlu

Kaynak: Yazarlar tarafından tablollaştırılmıştır.

Tablo 2’de belirtilen ulusal ve uluslararası sertifika programları incelendiğinde; birçok sertifikanın oluşturulduğu tarihin sürdürülebilirlik kavramının ön plana çıktığı tarihlere göre eş güdümlü oluşturulduğu anlaşılmaktadır. Sertifika programlarının neredeyse tamamının belirli bir süre içinde geçerli olduğu ve geçerlilik süresinin bitiminde tekrar yetkili kuruluşlar tarafından gerekli kriterlerin kontrol edilmesi sonucunda işletmelerin sertifikayı kullanmaya devam edebildikleri görülmektedir.

Green Globe (Yeşil Küre), Travelife ve Yeşillenen Oteller sertifika programları üç seviyeden oluşmaktadır. Sertifika programlarının neredeyse tamamı isteğe bağlı olarak konaklama işletmeleri tarafından talep görmektedir. Ancak ulusal alanda oluşturulan Sürdürülebilir Turizm sertifika programının Türkiye’de faaliyet gösteren işletmeler tarafından belirli aşamalarla alınması zorunlu hale getirilmiştir.

Ulusal ve uluslararası sertifika programlarının kriterlerine yönelik (kriter sayıları, göstergeler, kriterlerin güncellenme süreleri ve sertifikaların kriter kaynakları) Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3. Ulusal ve Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Sertifika Programlarının Kriter Bilgileri

Sertifika Adı	Kriter Sayısı	Gösterge	Kriter Güncelleme Süresi	Kriter Kaynağı
Green Globe (Yeşil Küre)	44	380	Her yıl 2 kez	-Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi Kriterleri -Amerika Sürdürülebilir Turizm Sertifikasyon Ağı'nın Temel Kriterleri -Gündem 21 Sürdürülebilir Kalkınma İlkeleri
Green Key (Yeşil Anahtar)	67	-	3 Yılda Bir	-Kendi yöneticileri tarafından oluşturulmuştur
Travelife	150	-	-	-AB Eko Yönetim ve Denetim Programı -Küresel Raporlama Girişimi -Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi Kriterleri
Eco-Label	138	-	-	- Avrupa Birliği Kriterleri
Yeşil Yıldız	122	-	-	- Avrupa Birliği Kriterleri
Yeşillenen Oteller	-	-	-	-Kendi yöneticileri tarafından oluşturulmuştur
Sürdürülebilir Turizm	42	167	3-5 Yıl Arasında	-Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi Kriterleri

Kaynak: Yazarlar tarafından tablolaştırılmıştır.

Konaklama işletmelerinin sürdürülebilir sertifikaları elde edebilmesi için yerine getirmesi gereken kriterler ve kriter sayıları birbirlerinden farklılık göstermektedir. Green Globe (Yeşil Küre) ve Sürdürülebilir Turizm sertifikası programlarında kriter sayılarının az olmasına rağmen işletmelerin belirlenen kriterleri sağlaması için göstergeler yer almaktadır. Bu göstergeler belirlenen kriterlerin yerine getirilip-getirilmediğini göstermektedir.

Green Globe (Yeşil Küre), Green Key (Yeşil Anahtar) ve Sürdürülebilir Turizm sertifikası programlarında, konaklama işletmelerinin gerekli şartları yerine getirip getirmediğinin kontrolünü sağlayan kriterler belirli yıllarda, gelişen şartlara göre güncellenmektedir. Ayrıca, sertifika programlarının kriter kaynaklarında GSTC Kriterleri, Avrupa Birliği Kriterleri ve Sertifika Yöneticileri tarafından oluşan kriterler tercih edilmiştir.

Ulusal ve uluslararası sertifika programlarında kriterlerin kaynakları benzer olduğu için ortak kriter sayıları da fazladır. Sertifika programlarında benzer olarak tespit edilen kriterler Şekil 8'de sunulmuştur.



Şekil 8. Ulusal ve Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Sertifika Programlarında Ortak Kriterler

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

5. Sonuç ve Öneriler

Çevrenin korunması, doğal kaynakların akıllıca kullanılması, geri kazanım, çevre dostu ürün seçimi ve çevresel faaliyetler gibi ölçütler, ulusal ve uluslararası düzeyde tanınan sertifikasyon sistemlerinin temelini oluşturmaktadır. Belirtilen gereklilikleri sağlayan işletmelere, denetimci kuruluş tarafından sertifika verilmektedir. Ünlüöner ve diğerleri (2011) tarafından yapılan çalışmada, sertifikaların işletmeler açısından işletme maliyetlerinin düşürülmesi, doluluk oranlarında artış yaşanması ve pazarlama anlamında birçok avantaj sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Söz konusu avantajlar nedeniyle sertifikalara olan talep giderek artmakta ve turistik işletmeler, ulusal ve uluslararası sertifikalara sahip olma yoluyla hem sosyal ve kurumsal sorumluluklarını yerine getirmekte hem de çevreci bir işletme profilini benimsemiş olmaktadır.

Alanyazın kısmında detaylı açıklamaları yapılan ulusal ve uluslararası sürdürülebilir turizm sertifika programlarıyla ilgili gerekli bilgilere yer verilmiştir. Bu bilgiler ışığında sertifikaların genel olarak GSTC kriterlerine ve AB kriterlerine uygun olarak hazırlandığı için büyük oranda benzer özellikler gösterdiği tespit edilmiştir. Bu özellikler arasında daha çok tekrar edenleri; sürdürülebilir yönetim anlayışı, su kullanımı, enerji yönetimi, personel eğitimi, ziyaretçilerin çevre konusunda bilgilendirilmesi ve teşvik edilmesi, hayvanların korunması, atık yönetimi kriterleridir.

Ulusal ve uluslararası sertifikalara genel olarak bakıldığında; Green Globe (Yeşil Küre) sertifikası kriterlerinin yılda iki kez, Green Key sertifikası kriterlerinin üç yılda bir kez, sürdürülebilir turizm sertifikası kriterlerinin ise üç-beş yılda bir güncellendiği görülmektedir. Öte yandan Travelife, Eco-Label (en son 2017 yılında), Yeşil Yıldız ve Yeşillenen Oteller sertifika kriterlerine ilişkin herhangi bir güncelleme veya süre bilgisinin yer almadığı

belirtilebilir. Travelife sertifika programının 2007, Yeşil Yıldız sertifika programının 2008 ve Yeşillenen Oteller sertifika programı kriterlerinin ise 2009 yılında oluşturulduğu saptanmıştır. Yenişehirlioğlu (2017) tarafından yapılan çalışmada da benzer noktalara değinilerek mimari ve teknolojik açıdan Yeşil Yıldız sertifika programının kriterlerinin yenilenmesi gerektiği belirtilmiştir. Bu kapsamda bahsi geçen sertifikalara ait kriterlerin, günümüz teknoloji ve mimari yönden güncelleme gerektirdiği değerlendirilmektedir.

Uluslararası Green Globe (Yeşil Küre) sertifika programında işletmelerin yer aldığı coğrafi bölgeye ve yerel faktörlere göre değerlendirme tablosunun bulunduğu, çalışma kapsamında ulaşılan bir diğer sonuçtur. Ulusal Yeşil Yıldız sertifika programında ise işletmelerin yıldız seviyelerine göre bir sınıflandırmanın bulunduğu Tablo 1’de görülmektedir. Diğer ulusal ve uluslararası sertifika programlarında ise herhangi bir sınıflandırma veya derecelendirme sisteminin bulunmadığı dikkat çekmektedir. Bu sonucun konaklama işletmelerinin farklı ülkelerde, bölgelerde ve şehirlerde olması dolayısıyla standart kriterleri yerine getirmesinin mümkün olmayacağı düşüncesi ile ilintili olabileceği değerlendirilmektedir.

Bir diğer önemli problem ise uluslararası sertifika programlarında ve ulusal sertifikalardan Sürdürülebilir Turizm sertifikasında işletmelerin belirtilen kriterlerin tamamının yerine getirilmesi gerekliliğidir. Ancak konaklama işletmeleri açısından Ulusal Yeşil Yıldız sertifikası için belirlenen kriterlerin toplam puanı 583 iken, Tablo 3’e göre beş yıldızlı bir otel, tatil bölgesinde ise asgari 300 puan, şehir merkezinde ise elde etmesi gereken asgari puan 250’dir. Buna istinaden şehir merkezinde bulunan beş yıldızlı bir konaklama işletmesi, 10 ana başlık altında 122 kriterden ve toplam 583 puan üzerinden değerlendirilirse, işletme sadece genel yönetim kriterlerini (13 kriter = 72 puan), enerji kriterlerini (22 kriter = 178 puan) ve su kullanımı kriterlerini (16 kriter = 57 puan) yerine getirerek sertifika sahibi olabilmektedir. Özetle, şehir merkezinde bulunan beş yıldızlı konaklama işletmesi sürdürülebilirlik adına oluşturulan 10 ana başlık altında 122 kriterden sadece üç ana başlıktaki 51 kriteri sağlayarak sertifika sahibi olabilmektedir. Eco-Label sertifikasında ise zorunlu 22 kriter dışında işletmenin sertifikaya sahip olabilmesi için isteğe bağlı 45 kriterden toplam elde edilebilecek puan 124 olmasına rağmen işletmenin özelliğine göre 20 ila 31 puan alması durumunda sertifika sahibi olabilmektedir. Özetle, işletme zorunlu kriterlerin haricinde isteğe bağlı 45 kriterden genel yönetim beş kriter (18 puan) ve enerji yönetiminden dört kriter (13 puan) sağlayarak sertifika sahibi olabilmektedir. İşletmeler, kriterlerin yarısından daha azını yerine getirerek sertifika alabilmesi nedeniyle geriye kalan kriterleri yerine getirmeyebilmektedir. Tüm kriterleri sağlayan işletmeler ile sadece sertifikayı alabilecek kadar isteğe bağlı kriterleri yerine getiren işletmeleri ayırabilmek amacıyla sertifika programlarında asgari puan sınırlandırmasına yerine Green Globe, Travelife ve Yeşillenen Oteller sertifika programlarında olduğu gibi puan seviyelerine göre sertifika kademeleri oluşturulmasının (bronz, gümüş ve altın) daha uygun olacağı değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak, uluslararası ve ulusal sürdürülebilir turizm sertifikalarının önemli bir amaca hizmet ettiği aşikardır. Kriterler açısından güncellemelerin teknolojik ve mimari gelişmelerle

birlikte ilerlemesinin, sertifika programlarında isteğe bağlı kriterlerin olması durumunda ise sertifika kademelerinin oluşturulması gerektiği ve ülke yönetimlerinin işletmelere desteği ile sertifikasyon sürecinin daha hızlı ilerleyeceği belirtilebilir.

Kaynakça

- Alkan, D. (2022). *Yeşil Bina Sertifika Sistemlerinin Uygulanabilirliğine Dair Bir Karşılaştırma: LEED, BREEAM ve WELL örneği* [Yüksek lisans tezi, Başkent Üniversitesi]
- Anwar, A., Barut, A., Pala, F., Kilinc-Ata, N., Kaya, E. ve Lien, D. T. Q. (2023). A Different Look at the Environmental Kuznets Curve from the Perspective of Environmental Deterioration and Economic Policy Uncertainty: Evidence From Fragile Countries. *Environmental Science and Pollution Research*, 1-20.
- Arısoy, E. (2014). *Turizmde Yeni Yaklaşımlar: Cittaslow Öğelerinin Filmlerde Tematik Açıdan Değerlendirilmesi*, [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi], Atılım Üniversitesi
- Aslan, E. ve Güneş, G. (2015). Sürdürülebilir Turizm ve Konaklama İşletmeleri için Yeşil Anahtar Eko-Etiketi. *I. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu*, 19(21), 608-617.
- Avrupa Birliği, (2024). [URL:<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32021D1845>] (Erişim Tarihi: 19.01.2024)
- Baddeley, J. ve Font, X. (2015). Sustainability, Health and Safety, or Quality? Tour Operator Supply Chain Management Under Scrutiny. *Tourism Recreation Research*, iss. 36, 2-23.
- Bellini, L. (2022). *Sustainability and Eco Labels in the Tourism Sector: Legal Framework and Market Evidence*. Tesi di Laurea in Tourism management, Luiss Guido Carli, relatore Stefano Franco, pp. 56. [Master's Degree Thesis]
- Buluk Eşitti, B. ve Bay, E. (2023). Sürdürülebilir Turizm Sertifikalı Konaklama İşletmelerinin Web Site İçeriklerinin İncelenmesi: İstanbul Örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 590-603.
- Butler, R. W. (2000). Tourism and the Environment: A Geographical Perspective. *Tourism Geographies*, 2(3), 337-358.
- Celiloğlu, F. K. (2014). *Yeşil Pazarlamanın Turizmde Satın Alma Davranışlarına Etkisinin İncelenmesine Yönelik Organik Oteller Üzerine Bir Uygulama* [Doktora tezi, Selçuk Üniversitesi]
- Ceylan, Y. (2019). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turizmde Eko Etiketler. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 65-80.

- Cristiana, P. I. (2008). The Importance of Certification Schemes in Sustainable Development of Tourism. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 17(2), 340-343.
- Deste, M., Binbaşoğlu, M. ve Türk, M. (2018). Konaklama İşletmelerinde Atık Yönetimi ve Geri Dönüşüm: İnönü Üniversitesi Kale Göl Otel Örneği. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 225-234.
- Doğan, Ö. ve Ertaş, F. C. (2018). Çevreye Duyarlılığın Rekabet Gücüne Etkisi: Yeşil Yıldızlı Oteller Üzerine Bir Uygulama. *Maliye ve Finans Yazıları (110)*, 217-233.
- Doğancili, S, O. ve Akbulut, A, B. (2015). Yeşil Yıldız Çevre Etiketine Sahip Otellerin Web Sitelerinde Yeşil Pazarlamayı Kullanmalarına İlişkin İçerik Analizi. *Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Ulusal Turizm Kongresi*, 402-417.
- Ertaş, M. Yeşilyurt, H. Can, K, B. ve Koçak, N. (2017). Konaklama İşletmelerinin Yeşil Yıldız Uygulamaları Kapsamında Çevreye Duyarlılığının Değerlendirilmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(1), 102-119.
- Gökdeniz, A. (2017). Konaklama Sektöründe Yeşil Yönetim Kavramı, Eko Etiket ve Yeşil Yönetim Sertifikaları ve Otellerde Yeşil Yönetim Uygulama Örnekleri. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 7(2), 70-77.
- Green Globe, (2023). [URL:<https://www.greenglobe.com/>] (Erişim Tarihi: 20.12.2023)
- Green Key, (2023). [URL:<https://www.greenkey.global/criteria>] (Erişim Tarihi: 25.12.2023)
- Güler, O. ve Tufan, E. (2013), Sürdürülebilir Bir Yatırım Örneği Olarak Yeşil Otelcilik, Editörler, Tekeltürk, A.Ş. ve Boz, M, *Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler*, Ankara: Detay Yayıncılık, (1- 26).
- Kayıkçı, M., Kutluk, A. ve Toylan, N. (2014). Otellerde Personelin Yeşil Bilinci: Bir Yeşillenen Otel Örneği. *15. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı*
- Kızılırmak, İ. (2011). Dünyada ve Türkiye'deki Turizm İşletmelerinde Çevre Korumaya Yönelik Uygulamalar: Amacı ve Önemi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (2), 1-12.
- Kulakoğlu, N. ve Dilek, E, S. (2011). Sürdürülebilir Turizm Sürecinde Birlikler, Belgeler ve Kriterleri: İber Otel Sarıgerme Park Örneği. *12. Uluslararası Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, 458-471.
- Özçoban, E. (2010). *Türkiye'de Turizm Endüstrisinde Sosyal Sorumluluk Kampanyaları: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Yeşil Yıldız Uygulaması ve Calista Otel Örneği Üzerinde Ampirik Bir Çalışma* [Yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi]
- Özdoğan, E., Korkmaz, A. G. A. ve Seventekin, N. (2007). Eko-Teks ve AB Çevre Etiketleri. *Tekstil ve Konfeksiyon Dergisi*, 3/2007

- Satar, İ. ve Güneş, G. (2017). Turizm Sertifikasyonu: Ankara Radisson Blu Otel'de Örnek Uygulama. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 28-45.
- Strick, S., ve Fenich, G. G. (2013, April). Green Certifications and Ecolabels in the MEEC Industry: Which are Really Worth It? *Journal of Convention & Event Tourism*. 14 (2), 162-172.
- Süklüm, N. (2018). Yeşil Otellerin Maliyetler Açısından Değerlendirilmesi. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Dergisi*, 11(1), 375-394.
- Sürdürülebilirlik Akademisi, (2023). [<https://surdurulebilirlik.com.tr/>](Erişim Tarihi: 17.12.2023)
- Şişik, L. (2011). *Turizm Sektöründeki Eko Etiket Uygulamaları: İstanbul'daki Otelere Yönelik Bir Değerlendirme* [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi]
- Travelife, (2023). [<https://travelifesupport.com/requirements/>] (Erişim Tarihi: 15.12.2023)
- Tutar, F. K. (2019). Yeşil Ekonomi, Yeşil Turizm: Türkiye'de Turizm Sektöründe Yeni Trend Yeşillenen Oteller Projesi. *The Journal of Academic Social Science*, 13(13), 328-352.
- Türkiye Çevre Eğitim Vakfı, (2023). [http://www.turcev.org.tr/V2/icerikDetay.aspx?icerik_id=15](Erişim Tarihi: 15.12.2023)
- Türkiye Otelciler Federasyonu, (2023). [<https://tuofed.org.tr/>] (Erişim Tarihi: 22.12.2023)
- Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı, (2023) [<https://www.tga.gov.tr/?ysclid=lrhucl06y570249576>] Erişim Tarihi: 27.12.2023
- Ünlüönen, K., Kızanlıklı, M. M. ve Arslan, E. (2011). *Otel İşletmelerindeki Eko Etiket ve Sistem Yönetim Belgelerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. 12. Ulusal Turizm Kongresi (446-457). Düzce, Türkiye.
- Yaşar, R. (2020). *Konaklama İşletmelerinde Dijital Yıldız Standardizasyonu Önerisi* [Yüksek lisans tezi, Kastamonu Üniversitesi]
- Yenişehirlioğlu, E. (2017). *Konaklama İşletmelerinde Yeşil Çözümlerin Entegrasyonu: Sertifikasyon, Talep ve Örnek Uygulama Bağlamında Bir Analiz* [Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi]
- Yıldırğan, R. ve Taşçıoğlu, H. (2023). Sapanca'daki Bungalov İşletmecilerinin Sürdürülebilir Turizm ve Çevre Tutumları Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(2), 969-990.

Etik Kurul Beyanı:

Çalışma, kavramsal araştırma niteliği taşıdığından etik kurul iznine gerek bulunmamaktadır.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı:

Aşağıda, araştırmacıların çalışmaya katkı oranları sunulmuştur:

- Yazar a: %70
- Yazar b: %30

Çıkar Çatışması Beyanı:

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

EXTENSIVE SUMMARY

Comparison of National and International Sustainable Tourism Certification Criteria: The Case of Accommodation Businesses

Ekrem BAY

Çanakkale Onsekiz Mart University, School of Graduate Studies

The Department of Tourism Management

Buket BULUK EŞİTTİ

Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Tourism

The Department of Tourism Management

Certificates are defined as a marketing tool that provides information about the environmental principles of products and services and that proves their reliability as well as offering freedom of participation (Gökdeniz, 2017). These certificates are a way to prove the environmental competence of tourism businesses to the public. It also contributes to developing positive attitudes towards the goods and services produced and to creating differences for businesses against their competitors (Güler and Tufan, 2013). Different certification programs have been created and used by public institutions and non-governmental organizations in the field of sustainable tourism both in the world and in Turkey. The aim of the research is to compare the national and international sustainable tourism certificate criteria preferred in accommodation businesses.

Accommodation businesses receive sustainable tourism certificates such as Green Star, Greening Hotels and Sustainable Tourism Certificate at the national level, and Green Globe, Green Key, Travelife, Eco-Label, Blue Flag, LEED and BREEAM at the international level. In this context, the study is a qualitative research conducted to compare the criteria of national and international sustainable tourism certificates used by accommodation businesses. The qualitative research method was chosen to collect and compare information regarding the criteria of the certificates. Since LEED and BREEAM certification covers the sustainability of buildings, Blue Flag was given to beaches and marinas, and the White Star certification program was terminated, these certifications were not included in the research.

As a result, when it is examined at national and international certificates in general, it is seen that Green Globe certificate criteria are updated twice a year, Green Key certificate criteria are updated once every three years, and sustainable tourism certificate criteria are updated every three to five years. On the other hand, it can be noted that there is no update or duration information regarding the Travelife, Eco-Label (last in 2017), Green Star and Greening Hotels certification criteria. In this context, it is evaluated that the criteria for the mentioned certificates need to be updated in terms of today's technology and architecture. Another result reached within the scope of the study is that the International Green Globe certification program includes an evaluation table according to the geographical region and local factors in which the businesses are located. In the National Green Star certification program, it is seen that there is a classification according to the star levels of businesses. It is noteworthy that there is no classification or rating system in other national and international certificate programs. It is considered that this result may be related to the idea that it will not be possible for accommodation businesses to meet the standard criteria because they are in different countries, regions and cities.

Another important point is that businesses must fulfill all the criteria specified in international certification programs and in the Sustainable Tourism certificate, one of the national certificates. In order to distinguish the businesses that meet all the criteria from the businesses that only meet the optional criteria to receive the certificate, it would be more appropriate to create certificate levels (bronze, silver and gold) according to the score levels, as in the Green Globe, Travelife and Greening Hotels certificate programs, instead of limiting the minimum score in the certificate programs.

As a result, it is obvious that international and national sustainable tourism certificates serve an important purpose. In terms of criteria, it can be stated that updates should progress together with technological and architectural developments, and if there are optional criteria in certification programs, certification levels should be created and the certification process will progress faster with the support of country governments to businesses.

Ordu Aybastı İlçesi Gastronomik Kültürüne Yönelik İçerik Analizi

(Content Analysis of Ordu Aybastı District Gastronomic Culture)

Ayşegül EKER^a

Üzeyir KEMENT^{b*}

Faruk YÜKSEL^c

^a Ayşegül EKER, Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, Ordu-Türkiye (ayseguuleker@gmail.com) <https://orcid.org/0000-0003-3678-7127>

^b Ordu Üniversitesi Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Ordu-Türkiye (uzeyirkement@odu.edu.tr) <https://orcid.org/0000-0002-3190-9079>

^c Faruk YÜKSEL, Ordu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Ordu- Türkiye (farukyuksele@odu.edu.tr) <https://orcid.org/0000-0002-4724-0007>

MAKALE GEÇMİŞİ

Geliş Tarihi (Received):

28.01.2024

Kabul Tarihi (Accepted):

12.05.2024

Anahtar Kelimeler:

Mutfak Kültürü,
Gastronomi,
Ordu,
Aybastı

Keywords:

Cuisine culture,
Gastronomy,
Ordu,
Aybastı

Makalenin Türü: Araştırma Makalesi

***Sorumlu Yazar:** Üzeyir KEMENT

E posta: uzeyirkement@odu.edu.tr

Öz

Bu araştırma Ordu ili Aybastı ilçesinin gastronomi kültürünü incelemeyi hedeflemektedir. Bu kapsamda yarı yapılandırılmış görüşme formları kullanılarak beş katılımcı ile görüşmeler yapılmıştır. Verilerin analizi aşamasında betimsel ve içerik analizlerinden faydalanılmış olup, temaların oluşturulmasında MAXQDA programı kullanılmıştır. Öğünler, kutsal günler, eğlence amaçlı etkinlikler, sofrada adabı, araç-gereçler ile gelenek ve görenekler adı altında altı ana tema oluşturulmuştur. Temalara yapılan kodlamalar sonunda en fazla kodlanan kelimeler sırasıyla yemek, sarma, misafir, börek, çorba ve tatlı, fasulye ve keşkek olmuştur. Sabah kahvaltılarında peynir, siyah çay ve su böreğinin, öğle ve akşam öğünlerinde keşkek, sarma ve sebze yemeklerinin oldukça fazla tüketildiği ayrıca ikindi ve yatsı öğününün beslenme rutininde fazla yer almadığı yapılan çalışma sonucu elde edilen bulgulardandır. Aybastı'da etten hazırlanan tava yemeğinin meşhur olduğu yapılan görüşmelerde tespit edilmiştir. Kutsal günler bağlamında bayramlarda baklavaların ve keşkeğin sıklıkla tüketildiği, kesilip, dağıtımı yapılan etten kalan payın genelde kavrulduğu tespit edilmiştir. İlçe genelinin cenaze sonrası mevlit geleneği gerçekleştirdiği bir diğer elde edilen bilgilerdendir. Nevruz Bayramı'na ilişkin bir veri elde edilemezken ilçede Perşembe Yaylası Festivali ve Hıdırellez Festivalinin kutlandığına yönelik verilere ulaşılmıştır. Sofralarda belli başlı kuralların uygulandığı ve sofranın hazırlığı, sofraya etrafında oluşan kültür gibi noktalarda da kadın figürünün ön planda olduğu söylenebilmektedir. Araç-gereçlerden yer sofrası ve sacın önemi katılımcıların da yorumlarıyla desteklenmektedir. Gelenek ve görenekler başlığı altında söz-nişan-düğün, sünnet, yol misafiri, imcece, cenaze, asker uğurlama ve doğum dönemine dair ritüeller irdelenmiştir.

Abstract

This research aims to examine the gastronomy culture of Aybastı district of Ordu province. In this context, interviews were conducted with five participants using semi-structured interview forms. Descriptive and content analyzes were used during the data analysis phase, and the MAXQDA program was used to create the themes. Six main themes were created under the names of meals, holy days, entertainment activities, table manners, tools and equipment, and traditions and customs. At the end of the coding of the themes, the most coded words were food, wrap, guest, pastry, soup and dessert, bean and keşkek, respectively. One of the findings of the study is that cheese, black tea and water pastry are consumed a lot at breakfast, keşkek, stuffed wraps and vegetable dishes are consumed at lunch and dinner, and afternoon and night meals are not included in the nutritional routine. It was determined during the interviews that the pan dish prepared with meat is famous in Aybastı. It has been determined that baklava and keşkek are frequently consumed during holidays in the context of holy days, and the remaining share of the meat that is slaughtered and distributed is generally roasted. Another information obtained is that the district in general performs the Mawlid tradition after the funeral. While no data could be obtained regarding the Nevruz Festival, data indicating that the Thursday Plateau Festival and the Hıdırellez Festival were celebrated in the district were obtained. It can be said that certain rules are applied at the tables and the female figure is at the forefront in points such as table preparation and the culture around the table. The importance of tableware and sheet metal is also supported by the comments of the participants. Under the heading of traditions and customs, rituals related to engagement-engagement-wedding, circumcision, traveling guests, collective work, funeral, sending off soldiers and birth are examined.

Makalenin Künyesi: Eker, A., Kement, Ü. & Yüksel, F. (2024). Ordu Aybastı İlçesi Gastronomik Kültürüne Yönelik İçerik Analizi, AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi, 27 (1),58-85.

DOI: <https://doi.org/10.55931/ahbvtdf.1426968>

1. Giriş

Yöresel yiyecek ve içecek ritüelleri turistlerin seyahat tercihlerini önemli ölçüde etkilemektedir (Şimşek & Yıldız, 2020). Yiyeceklerin kurgularının veya var olan hikayelerinin tüketicinin davranışlarını etkilediği geçmiş araştırmalarda ortaya konulmuştur (Mossberg & Eide, 2017). Yüncü (2010)'ye göre bir yiyecek veya içeceğin tadımını yapmak için yöresel ve kırsal alanlardaki üreticilere, yemek festivallerine, restoranlara gitmek olarak adlandırılan gastronomi turizminin günümüzde gelişim göstermesinin birçok nedeni bulunmaktadır. Bu nedenlerden biri toplumların içinde yaşadığı yörenin yiyecek ve içecekleridir. Bowen'ın yerel ürünlerini ve işletmelerini tanıtmak için tasarlanmış Bowen Deniz Ürünleri Festivali; taze yerel deniz ürünlerini ve taze yerel deniz ürünleri yemenin sağlık açısından faydalarını tanıtmak için sahnelenen Hervey Bay Deniz Ürünleri Festivali ve kiraz mevsiminin başlangıcını kutlamak için düzenlenen Ulusal Kiraz Mevsimi Festivali dünya üzerindeki yöresel yemek festivallerinden birkaçıdır (Lee & Arcodia, 2011). Türkiye'de de yemek ile ilgili birçok festival bulunmaktadır ve araştırmalara göre 367 adet gastronomi temalı festivalin olduğu bilinmektedir (Ekerim & Tanrısever, 2020). Muğla ilinin Fethiye ilçesinde düzenlenen "Yeşil üzümlü kuzugöbeği mantar ve dastar festivali" ile hem yerel halka ekonomik anlamda destek sağlanmakta hem de mantarın ulusal ve uluslararası tanıtımı yapılmaktadır (Bahar vd., 2020). Alaçatı Ot festivali etkinliği ile Alaçatı'ya özgün otların yanı sıra aynı zamanda yarışmalar, konserler, sergiler ve yemek yapım atölyesi gibi etkinliklerle de festival ve yörenin tanıtımı yapılmaktadır (Uçansoy, 2022). Ürünün tanıtımını ve üreticisine desteği amaçlayan bir diğer festival Diyarbakır karpuz festivalidir. Festivalde "karpuz ses yarışması", karpuz yeme yarışması" gibi etkinlikler de yer almaktadır (Sezen, 2023). Edirne Ciğer Festivali, Beyoğlu Lezzet Festivali, Urla Enginar Festivali Türkiye'de kutlanan festivallerden birkaçıdır.

Türkiye'nin yedi bölgesinden biri olan Karadeniz Bölgesi, 146.178 km² alanı ile Türkiye topraklarının %18'lik kısmını oluşturmaktadır. Aybastı, Karadeniz Bölgesinde yer alan ve özgün mutfağıyla öne çıkan Ordu'ya ait bir ilçedir. Bu bağlamda özgün mutfak kültürünün sürdürülebilir olması önemlidir ve geleneksel yemek kültürünün irdelenmesi, zamana yenik düşmüş yemeklerinin tespit edilmesi açısından önem arz etmektedir. Bu çalışmada Ordu'nun Aybastı ilçesinin mutfak kültürünü üzerine bir değerlendirme yapılmıştır. Mutfak kültürünün incelenmesinde gelenek ve görenekler, sofrada adabı, günlük öğünler gibi hususlar dikkate alınmıştır. Özellikle yiyecek ve içecek kavramlarını kapsayan veya yeme içme kültürüne dahil olan kültürel öğeler üzerinde incelemeler gerçekleştirilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular içerik ve betimsel analize tabi tutulurken, bu kapsamda değerlendirmelerin kategorize edilebilmesi için temalar oluşturulmuştur. Tüm bu değerlendirmeler ışığında Ordu ilinin yöresel mutfak kültürünün tanıtımı, geliştirilmesi ve geleceğe aktarılması amaçlanmaktadır.

2. Literatür Taraması

2.1. Gastronomik Kimlik ve Yöresel Mutfak

“Gastronomi” kavramı Yunanca mide anlamına gelen “Gastro” ve kural anlamına gelen “Nomos” sözcüklerinden türemiştir. Alanyazın incelendiğinde gastronomi kavramı rehberlik, süreç ve kültür anlamları ile yaygın olarak tanımlanmıştır (Yılmaz, 2017). Santich (2004: 16) gastronomi kavramını yeme-içmeye dayanan norm ve düzenlemeler olarak tanımlamaktadır. Ayrıca gastronomiyi; tarihi, kültürel ve çevresel etkilere bağlı kılarak neyin, nerede ne zaman ne şekilde ve hangi bileşimlerle yenileceği veya içileceğine dair önerilerde bulunma ve rehberlik etme şeklinde ifade etmektedir.

Yemek kavramını yöreye özgü kültürün ve ürünlerin harmanlanmasından oluşan, yöre sakinlerinin sahip oldukları dini ve milli değerlere göre şekillenen, özgün pişirme teknikleri ve sunum farklılıkları olan bir mutfak kültürü şeklinde ifade edilebilmektedir (Şengül & Türkay, 2015). Bucak ve Ateş (2014) yerel mutfak kültüründe önem arz eden unsurların; ekonomi, tarih, coğrafi özellikler ve din olduğunu öne sürmüşlerdir. Toksöz ve Aras (2016: 175)’a göre yerel mutfak; yöreye özgü yiyecek ve içeceklerin yanında bu ürünlerin hazırlanmasından sunumuna, kullanılan araç gereçlerden mutfağın konumu ve mimarisine kadar oluşan çerçevede geliştirilen inanç ve uygulamalardan meydana gelen özgün kültürel yapıyı ifade etmektedir. Yemek, bir kültürün baş öğelerinden biridir ve insanların beslenmesinde rol oynayan bir araçtır. Kültürel özelliklerin oluşmasında hazırlama, pişirme ve sunma gibi farklılıkların payı büyüktür (Saçılık, 2020). Yerel mutfak, her ülke ve mutfak adına farklılıklar barındıran ve o bölge ya da ülkenin yerelinde olan mutfak şeklinde ifade edilebilmektedir (Kızıldemir vd., 2014).

Yerel mutfak, kültürü yansıtır, yöreyi kalkındırma ve sürdürülebilirlik açısından önem arz etmektedir. Kültürel kimliğin yok olmaması, gastronomik değerlerin yeni nesil tarafından benimsenmesi ve uygulanması için yerel mutfaklar menülerde yer almalıdır (Işkın & Sarıışık, 2020). Bérard ve Marchenay (2008) yöresel yemeklerin, o bölgenin kültürüyle harmanlanarak, bölgenin tarihsel izlerini barındıran gelenek, görenek ve alışkanlıklarını içerdiğini ifade etmektedir. Harrington (2005) gastronomik kimliği tanımlayarak, bölgeye ait yiyecek ve içeceklere dair özelliklerinin kültür ve çevre olmak üzere iki faktör tarafından oluşturulmuş olduğunu söylemektedir. Çevre faktörü; iklim, coğrafya, mikro iklimler, yöreye ait ürünler şeklinde alt boyutlara ayrılırken; kültür faktörünün altında, tarih, çeşitlilik, etnik, deneme yanılma, inançlar, gelenekler ve değerler boyutları bulunmaktadır. Bu faktörler destinasyonun lezzet yapısını, sofrada adabını ve reçetelerini etkileyerek gastronomik kimliğin şekillenmesine yardımcı olmaktadır (Bertan, 2020). Danhi (2003) bölgesel bir mutfağın başka bir tanımlayıcısı olarak mutfak görgü kurallarına atıfta bulunmaktadır ve belirli bir kültürün nasıl ve ne yendiği ile tanımlanmakta olduğunu ifade etmektedir.

Bölgenin yer aldığı konum, yiyecek ve içeceklerin yetişmesinde ve oluşmasında etkin bir role sahiptir. Ayrıca iklimde ürün yetiştirmede etkili meteorolojik koşullardan biridir. Mikro iklimler sayesinde yetiştirilmesi mümkün olmayan ürünler, destinasyonun bir bölümünde yetişmektedir. Yerli ürünleri, iklim, coğrafya ve mikro iklimler etkisi ile oluşmuş ve yörede üretilmiş ürünler oluşturmaktadır. Teknoloji ve ticaretin gelişimi ile destinasyona sonradan gelen ürün bölgenin yapısına uyum sağlayarak yeni ürünü oluşturmaktadır.

2.2. Ordu Mutfak Kültürü ve Aybastı

Ankara Ticaret Odası (ATO) ile Ankara Patent Bürosu tarafından yürütülen bir çalışmada 397 çeşit yiyeceği ile Karadeniz Bölgesi Türkiye'deki bölgeler arasında dördüncü sırada yerini almaktadır (Durlu Özkaya & Cömert, 2017). Karadeniz Bölgesi'nde dağların kuzeyi ve güneyi arasında mutfak kültürü bakımından farklılıklar gözlemlenmektedir. Dağların kuzeyinde Sakalar daha sonra Pontus medeniyeti, neredeyse 2000 sene boyunca hükümdarlığını sürdürürken, güneyde Galat, Hitit, Frigya, Selçuklu ve Roma medeniyeti yerleşim halindedir. Tüm bu kültürler Karadeniz mutfağının şekillenmesinde rol oynayan medeniyetlerdir (Gürsoy, 2013). Karadeniz Bölgesine ait yemeklerin içeriği, bölgenin farklı coğrafik noktalarında yetişen bitkilere göre çeşitlilik göstermektedir. Bu durum, bölge içerisinde yer yer benzerlik göstermekle birlikte, batı, doğu iç ve doğu kıyı olacak şekilde üç ayrı gruplandırma yapılmıştır. Batı grubunda Bartın, Sinop, Bolu, Zonguldak, Karabük, Kastamonu; doğu kıyısında ise Ordu, Artvin, Giresun, Trabzon, Samsun, Rize; doğu iç grubunu Gümüşhane, Tokat, Amasya, Çorum, Bayburt yer almaktadır (Halıcı, 2001).

Karadeniz kıyılarından 52 km içeride bulunan Aybastı ilçesi 40° 43' 38" kuzey enlemleri ile 37° 26' 34" doğu boylamları arasında yer almaktadır. Kuzeyinde Kabataş, Çatalpınar ve Fatsa, doğusunda Gölköy, batısında Korgan, güneyinde ise Tokat ilinin Reşadiye ilçesi bulunmaktadır. Denizden yüksekliği 730 metre civarındadır ve vadi yamacına konumlandırılmıştır. Aybastı ilçesinde 2019 ve 2020 yıllarında ki sıcaklıklar sıralanacak olursa en yüksek sıcaklıklar 33.7°C ve 35.9°C şeklindedir (Çeri, 2021).

Aybastı ilçesinde yöresel yemek olarak armut pekmezi, keşkek ve mısır ekmeği meşhurdur. İlçenin olmazsa olmazları arasında manda yoğurdu sayılmaktadır. Kaldirik (*Trachystemon orientalis*-Galdirik olarak da anılmaktadır) turşusu, kavurması ve dolması, konserveler, sakarca kavurması, doğal mantarlar ile soteler Aybastı mutfağını oluşturan özel lezzetlerdendir. *Trachystemon orientalis* Türkiye'de kaldirik, ısıt, kalduruk, hodan ve balık otu gibi isimlerle de anılmaktadır (Yılar vd., 2014). Mısır ekmeği ve çorbası, pancar dolması ve çorbası, fasulye turşusu, gapçuk (kapçuk) fasulye olarak da bilinen kapçuk fasulye, fındık mantarı kavurması ve Uzundere Irmağı'nda yetişen Kırmızı benekli alabalık özgün lezzetlerden bazılarını oluşturmaktadır (Aybastı Belediyesi, 2023). Sofraların vazgeçilmezleri arasında doğal beslenen koyun ve kuzu etinden yapılan tava (tepsi), ızgara ve çeşitli et yemekleri bulunmaktadır. Fındık ve cevizden yapılan kıvratma tatlısı, ceviz, pekmez ve mısır

unu karışımı ile yapılan ceviz helvası yöreye özgü tatlılardandır (Ordu Büyükşehir Belediyesi, 2021).

3. Yöntem

3.1. Araştırma Deseni

Ordu'nun Aybastı ilçesinin gastronomik kültürünün değerlendirmeye alındığı bu çalışmada keşifsel araştırma tasarımı özelliği taşıyan, nitel araştırma deseni kullanılmıştır. Aybastı ilçesinde geçmişten günümüze hazırlanan yöresel yiyeceklerin envanteri bu araştırma kapsamında incelenmiştir. Ayrıca yiyecek ve içeceklerin yörede kültürel açıdan kullanımı irdelenmiştir.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Aybastı ilçesinde yaşayan ve yörenin mutfağına vakıf olan kişiler oluşturmaktadır. Araştırma evreninin belirlenmesinde yaş sınırlaması bulunmaktadır. Zira uzun süre bahsi geçen destinasyonda yaşamış olmak ve bu destinasyonun özelliklerine vakıf olmak gerekmektedir. Ancak yörede çocukluğundan beri yaşayan ve yiyecek içecek kültürüyle yakından ilgilenen 35 yaşından büyük kişilerden de konuyla ilgili bilgilerin alınması mümkün olabilmektedir. Buna göre 35 yaş ve üzeri olan katılımcılar evreni temsil etmektedir. Çalışmada görüşme tekniği kullanıldığı için evrenin tamamına ulaşılması hem cevapların tekrar edebilirliği hem de ulaşılabilirlik, zaman ve maliyet konusunda sorun teşkil edeceğinden sınırlı katılımcıyla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla evreni temsil edecek şekilde örneklem alma yoluna gidilmiştir. Araştırmada ulaşılacak olan katılımcılarla ilgili bir dizi kriter olması ve ulaşma yöntemi olarak her bir katılımcıdan bir diğer katılımcının kim olması noktasında destek alınması sebebiyle kar topu örneklem metodu kullanılmıştır (Biernacki & Waldorf, 1981). Aybastı ilçesinde ikamet eden beş katılımcı ile görüşmeler yapılmıştır.

3.3. Veri Toplama Aracı

Araştırma soruları belirlenirken alanda uzman beş akademisyen ile görüşme yapılmış ve gastronomik kimliği oluşturan tarih, gelenek, inanç, etnik çeşitlilik, değer, coğrafya ve iklim gibi gastronomik kimlik unsurları temel alınan sorulara karar verilmiştir. Ayrıca Türk dili alanında bir uzman ile soruların üzerinden geçilmiştir. Aybastı mutfak kültürünü araştırmak için betimsel araştırma deseni kullanılmıştır. Nitel araştırmalarda veri toplama yöntemlerinden olan görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Sorular önceden belirlenmiş, yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden faydalanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmelerde kullanılan sorular önceden hazırlanmakta olup, konuşma esnasında gerekirse farklı sorularla genişletilebilmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2013). Görüşmeler telefonla Aralık 2022-Mayıs 2023 tarihleri arasında yapılmıştır. Görüşme esnasında her bir katılımcının rızası dahilinde ses kaydı alınmış ve daha sonra raporlanmıştır. Araştırma verilerinin toplanması için 04.10.2021

tarikhinde Ordu Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'ndan 09 oturum ve 2021-151 sayılı toplantıda etik kurul izni alınmıştır. Sorular oluşturulurken Kabacık (2020)'in çalışması ve yararlandığı kaynaklar irdelenmiştir. Kategorilerin başlıkları Şekil 1'de sıralanmaktadır.



Şekil 1. Araştırma Sorularına İlişkin Konu Başlıkları

3.4. Veri Analiz Yöntemi

Görüşmeler sonunda edinilen veriler MAXQDA nitel araştırma programında tema (kod) ve alt tema (alt kod) olacak şekilde ayrıştırılmış ve analizi yapılmıştır. Temaların oluşturulması sırasında araştırmaya ait sorular dikkate alınmış ve tümdengelim yönteminden yararlanılmıştır. Veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Ek olarak içerik analizi sonuçları betimsel olarak bulgularda yorumlanmıştır. Temalar belirlenirken katılımcıların sorulara verdikleri yanıtlar göz önünde bulundurulmuştur. Ana temalar araştırma sorularını, alt temalar ise araştırma sorularına gelen yanıtlara göre ana temaların alt kategorilerini kapsamaktadır.

Araştırmada erişilen veriler betimsel açıdan analize tabi tutulmuştur. İçerik analizi yapılırken kodlama yapılmıştır. Elde edilen raporlar dahilinde temalar ve alt temalar oluşturulmuştur. Araştırmada kod haritaları oluşturularak tema-alt tema süreci detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Ayrıca kelime bulutu oluşturulmuştur. Katılımcıların konu kapsamında en uzun/ya da en kısa konuştukları temalar belge portresinde verilmiştir. Araştırma kapsamında oluşturulan ana temalara ait kod sistemi Şekil 2'de verilmektedir.

Kod Sistemi	1846
> Öğünler	1318
> Kutsal Günler	106
> Eğlence Amaçlı Etkinlikler	14
> Sofra Adabı	80
> Araç- Gereçler	111
> Gelenek ve Görenekler	217

Şekil 2. Araştırma Kod Sistemi

Yapılan araştırmada altı ana tema kullanılmıştır. Bu temalar öğünler, kutsal günler, eğlence amaçlı etkinlikler, sofrada adabı ve gelenek/görenekler şeklinde sıralanmaktadır. Veri analiz sürecinde katılımcıların demografik özelliklerine yer verebilmek ve betimsel değerlendirme sürecinde kaynak gösterebilmek amacıyla katılımcılara kod adı verilmiştir. Kodlar “K1, K2, K3, K4 ve K5” şeklinde oluşturulmuştur. Böylelikle katılımcıların kimlikleri gizli tutulmuştur.

4. Bulgular

4.1. Katılımcı Profili

Aybastı ilçesinden beş katılımcı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılarda sorulara verilen yanıtlarda benzerlik tespit edildiğinde görüşmeler sonlandırılmıştır (Creswell vd., 2018). Seçilen katılımcıların yöre mutfağına hakimiyeti uzun yıllardır o ilçede yaşamaları ve mutfak kültürüne hakim olmalarından tespit edilmiştir. Katılımcıların seçiminde ilçede yiyecek ve içecek ile ilgilenen kişilerden önerilerin referansına başvurulmuştur.

Tablo 1. Katılımcılara Dair Demografik Özellikler

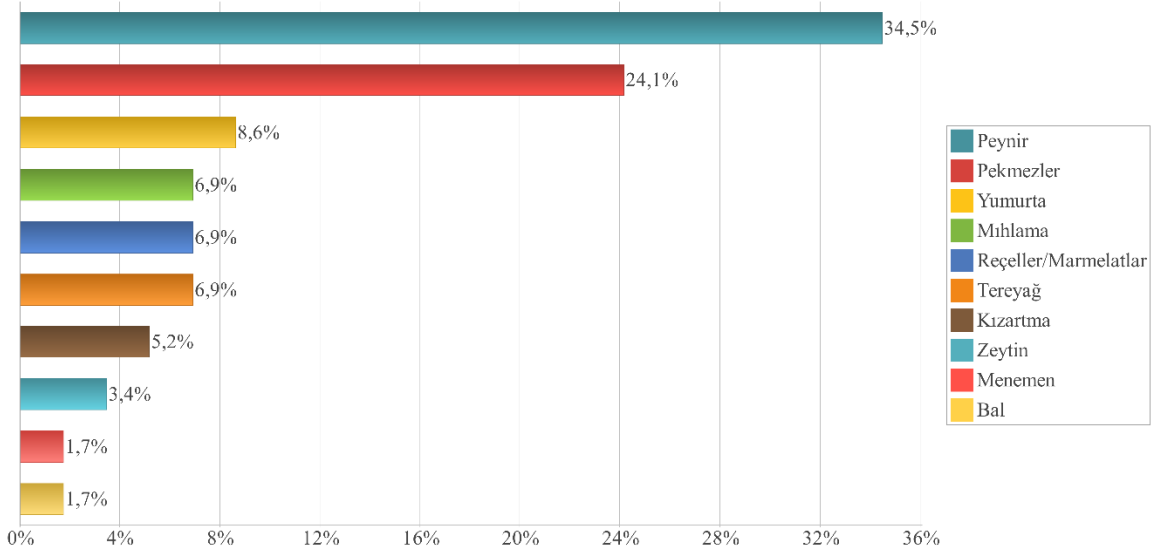
Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	İş durumu
K1	Kadın	76	Çalışmıyor
K2	Kadın	48	Çalışıyor
K3	Kadın	39	Çalışıyor
K4	Kadın	37	Çalışmıyor
K5	Erkek	37	Çalışıyor

Katılımcılara dair demografik özellikler Tablo 1’de gösterilmektedir. Katılımcıların ikisi çalışmazken üçü çalışmaktadır. En yaşlı olanı 76, en genç olanı ise 37 yaşındadır. Katılımcılar dört kadın ve bir erkektir.

4.2. Kelime Bulutu Analizi

Araştırmada 1260 kelime üzerinden kelime bulutu oluşturulmuştur. Kelime bulutuna ilişkin sonuçlar Şekil 3’te gösterilmektedir. Kelime bulutunda toplam 83 bulunmaktadır. Kelimelerin büyüklüğü kullanım sıklığına işaret etmektedir. Çalışmada en fazla tekrar edilen kelimeler; yemek (126), sarma (62), misafir (46), börek (40), çorba ve tatlı (36), fasulye (30) ve keşkek (26) şeklinde devam etmektedir. Araştırmanın yerel gastronomik kimlik konusu üzerinden gerçekleştirilmesi; yemek, misafir çorba, tatlı gibi kelimelerin tekrar etme sıklığını arttırmıştır.

tercih edilen yöresel çorbalardandır. Bu gibi ürünlerin fazlaca tüketilmesi gastronomik kimlik adı altında iklim ve coğrafyanın etkisini gözler önüne sermektedir. Hayvancılık ile ilgilenen kesimin sabah öğünü genelde daha erken başlamakta ve sınırlı seçenek içerirken, memur kesimde bu öğün daha çeşitli ve geç saatte olmaktadır. Sabah erkenden güne başlayan ilçe halkı önce kahvaltı, ardından bağ-bahçe veya hayvancılık işlerine yoğunlaşmaktadır.



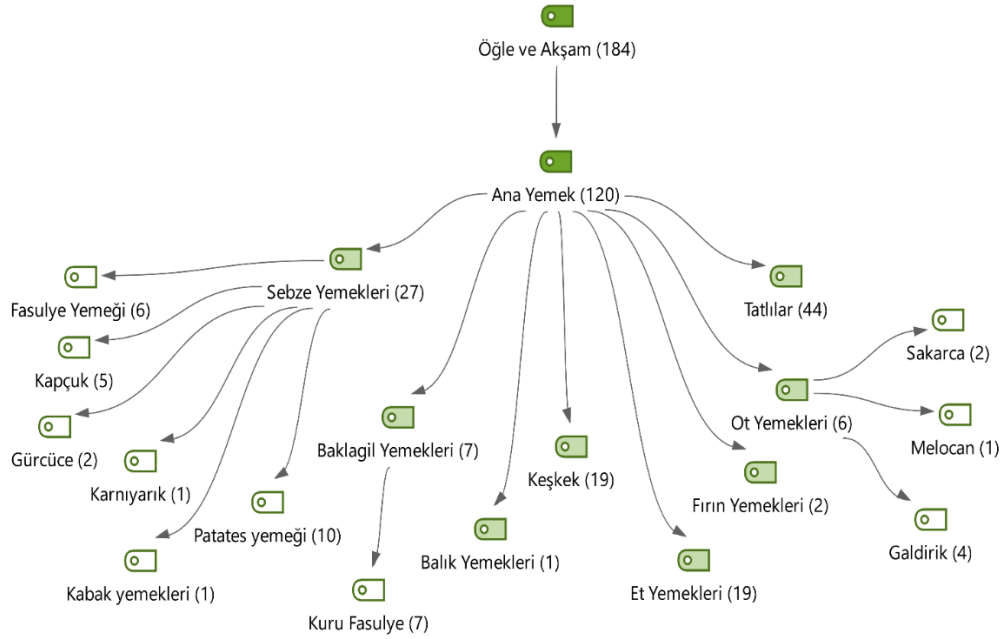
Şekil 5. Sabah/Kahvaltılık Yiyecek Sonuçları

İlçenin kahvaltılı öğünü uğraştıkları iş alanları şekillendirmektedir. Katılımcıların bu sorulara yönelik yorumları şu şekildedir; “Kuru börek olurdu patatesli ve çökelekli. Soğanlı mihlama yapılırdı. Yazın melocan yenirdi. Mısır unu ya da değişik sebzelerden yapılırdı. Kaldirik sapı olurdu. Mısır unu ile kavrulup yapılırdı (K5).”

“Memur kesimde evet sabah kahvaltılı yapılır, köyü düşünürsek köydeki eski insanlar daha çok çalıştığı için sabah erkenden çorba yapıyorlarmış. Pancar çorbası, mısır çorbası (K2).”

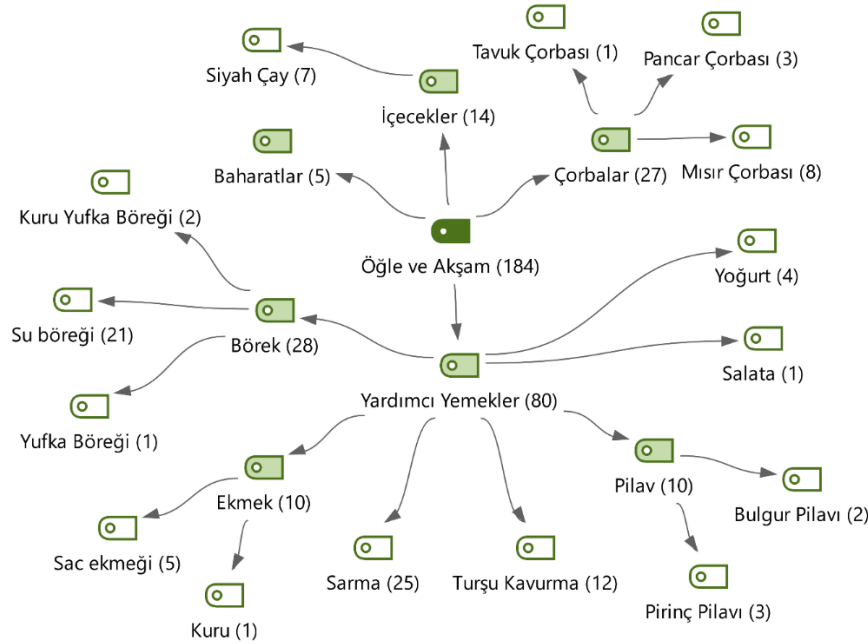
Yapılan yorumlar incelendiğinde sebzelerin de sabah kahvaltısında oldukça yer edindiği tespit edilmiştir. Yöresel yeşilliklerden olan melocan ve kaldirik gibi yiyecekler de sabah kahvaltılarında tüketilen ürünler arasında yer almaktadır.

Katılımcıların verdikleri cevaplara göre ikindi öğünü çok sık yapılmamakla beraber yapıldığında ise kahvaltılık çıkarıldığı, çay saati şeklinde masalar kurulduğu ifade edilmektedir. Katılımcılar görüşlerini şu şekilde ifade etmektedir; “Kim yemek yiyordu a canım? Hayvanımız olurdu. Dışarı görmek isterdi. Onların kar olsun kış olsa otun yemini vereceksin. Altını temizleyeceksin. Öğlen yemeği yenirdi. Ondan sonra akşam yemeği, sabah yemeği. Üç öğün yenirdi. İlkindi de öyle yemek oturup da yiyemezdik bile. Yani ikindide yemek alışkanlığımız yok (K1).”



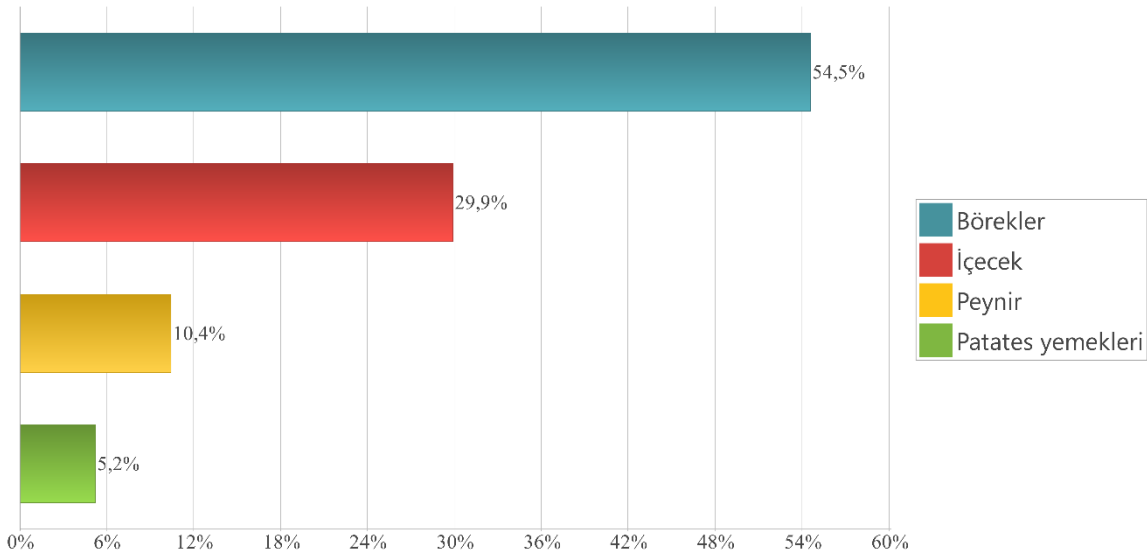
Şekil 6. Öğle ve Akşam Ana Yemekleri Kod Haritası

Günelik yaşamın yoğunluğu, o zamanların sunduğu beslenme imkanları gibi durumlar, ikinci öğününün beslenme rutinine eklenip eklenmemesi konusunda belirleyici bir unsur olmuştur. Genellikle üç öğün beslenme şekli yaygın olan ilçede ikinci öğünleri çay saati şeklinde kendini göstermiştir. Öğünler ana teması öğle ve akşam yemekleri kod haritası Şekil 6 ve 7’de gösterilmektedir.



Şekil 7. Öğle ve Akşam Diğer Ürünlere Yönelik Kod Haritası

Öğle ve akşam yemekleri kodlamanın en fazla yapıldığı alt temalardır. Ana yemek, sebze yemekleri, yardımcı yemekler, çorbalar, içecekler ve baharat olarak alt temaların altında gruplandırmalar yapılmıştır. Yardımcı yemekler alt kodu altında bulunan sarma ve börek kodu içerisinde yer alan su böreği yiyecekleri öğle ve akşam yemeklerinde tüketimi oldukça fazla olan yiyeceklerdendir. Ana yemek başlığı altında sebze ve et yemekleri ile çorbalar yine tüketimi oldukça fazla olan yiyeceklerdendir. Ana yemek olarak fasulye yemekleri ve keşkek, çorbalardan yoğun olarak mısır ve pancar çorbası, yöresel otlara bakıldığında galdirik ve su böreği en fazla tercih edilen yiyecekler arasında olduğu belirlenmiştir. Aybastı ilçesinde öğle ve akşam öğünlerinin oldukça çeşitli yiyecekler ile gerçekleştiği tespit edilmiştir. Bu çeşitliliği katılımcılar şu şekilde dile getirmiştir; “Kışın kuru fasulye yerdik. Ondan sonra tatlı fasulye derlerdi. Mısır çorbası yerdik. Patatesi dediğiniz gibi. Değişik olarak pancar olurdu. Sarma yapardık. Öyle üzüm yaprağı sarması olmazdı. Lahana pancarı vardı bizim. Ondan sonra ondan sarma yapardık (K1).” Katılımcı yorumları irdelendiğinde beslenme alışkanlığında farklı besin gruplarının yer aldığı gözlemlenmektedir. Dolayısıyla öğle ve akşam öğününün çeşitli olması beklendik bir durumdur.



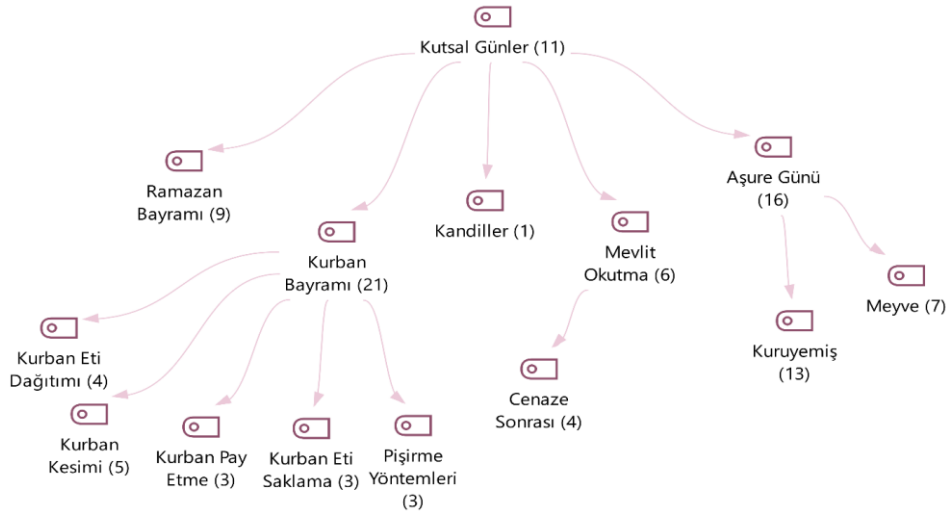
Şekil 8. Yatsı Öğünü Sonuçları

Şekil 8'e bakıldığında yatsı öğününde genelde börek çeşitlerinden su böreğinin sıklıkla tüketildiği tespit edilmiştir. K5 su böreği için “Su böreği yapılırdı köy yumurtası kullanılarak. Kendi yöresel peynirimizi kullanırdık. Kendi hayvanlarımızdan elde ettiğimiz. Mesela çökelek olurdu o kullanılırdı.” ifadelerini kullanmıştır. İlçe halkı yaygın olarak kendi ürettikleri ürünleri ya da o ürünlerle hazırladıkları yiyecekleri tüketmektedir. Öğle ve akşam öğünlerinde, özellikle misafir geldiğinde hazırlanan su böreğinin yatsı öğününde de tüketilmesi olası bir durum olarak değerlendirilebilmektedir. Bu yiyeceklerin yanı sıra içecek olarak siyah çay tüketimi tespit edilen diğer bir durumdur. Katılımcıların yatsı öğünü ile ilgili ifadeleri şu şekildedir; “Ateşlere patates gömerdik. Ocak ateşi yanardı. Beyaz patates olurdu.

Onları gömerdik küle. O çok güzel olurdu. Kül çöreği yapardık mısır unundan. Hamuru yoğururduk, altı taş olurdu. Taşın üstüne ceviz yaprağı koyardık. Onun üstüne de közü sererdik. Ceviz yaprağından geçmezdi. Çok güzel kokardı ceviz yaprağı (K1).”

4.4. Kutsal Günler Temasına İlişkin Bulgular

Kutsal günler kod haritası Şekil 9’da verilmiştir. Yeni tatların oluşumunda büyük rol oynayan inanç ve değerler, gastronomik kimliğin oluşumundaki önemli bir parçadır. Aybastı ilçesindeki kutsal günlere yönelik etkinlikler ve yeme kültürü incelendiğinde kandillerde çok fazla etkinlikle bulunulmadığı, aile içinde geçirilen bir gün olduğu yönünde bulgular elde edilmiştir. Ayrıca Ramazan Bayramlarında hazırlanan masalara özen gösterildiği ve çeşitliliğin sağlandığı belirtilmektedir.



Şekil 9. Kutsal Günler Kod Haritası

Günlük öğünlerde yer almayan ve özel günlerin başrolü olan keşkek, Ramazan Bayramı’nda da oldukça sık yapılan yemeklerdendir. Aynı şekilde tatlı olarak fındıklı ve cevizli baklavada bayramın vazgeçilmezleri arasındadır. Kurban Bayramı’nda ise yardımlaşmanın ön plana çıktığı ve kesilen etlerin komşulara dağıtıldığı, pişirme yöntemi olarak genelde kavurma ve haşlama gibi yöntemlere başvurulduğu tespit edilmiştir. Kesilen kurbanın hissedarlara eşit pay edilişi ve durumu olmayanlara dağıtıldığı tüm katılımcıların üstünde durduğu noktalardandır ve K4 bu durumu şu şekilde dile getirmektedir; “Bizim bir tane büyük bahçemiz var. Harmanyan deriz oraya. Biz ineği oraya götürüyoruz kesmek için bilinçli birisi geliyor kesiyor, derisini yüzüyor. Herkese pay ediyor. Mesela yedi kişi kesiyorsa yedi kişiye paylaştırılıyor. Naylon gibi bir şeyin üzerine yerleştiriliyor. Yedi kişinin payını ayrı ayrı dağıtıyorlar. Bir kişi arkaya dönüp şu pay şu kişinin diye söylüyor. Kesmeyen kişilere de dağıtırdık.” Genelde bayramın ilk günü kesilen kurban bekletilmeden dağıtılmış ve kesen ya da kesmeyen herkes payını almıştır. Mevlitlerin ise genelde cenaze sonrası okutulduğu bilgisine ulaşılmıştır. Aşure günü kültürünün de yaşatıldığı Aybastı ilçesinde aşurenin yapılıp

çevreye dağıtıldığı saptanmıştır. Katılımcıların kutsal günlere ilişkin sorulara verdikleri yanıtlar şu şekildedir; *“Bayramlarda, düğünlerde olduğu gibi olmazsa olmazımız keşkeğimiz vardır. Pancar sarmamız vardır. Tatlılarımızı birkaç gün önceden yaparız, burma veya baklava şeklinde. Kadayıf yaparız. Elimizde açıp kendimiz kesiyoruz. Tepside kızartırız. Şerbetini de koyunca çok güzel oluyor, diğerlerinden farklı oluyor. Tevek sarması yani üzüm yaprağı sarması yaparız. Genelde özel günlerde yapılan yemekler hemen hemen aynı. Kuru fasulye de yaparız. Yeşili varsa eğer, bayram bahar aylarına ya da yazıya denk gelmişse onu da yaparız. Kuru fasulyeyi köylerde yetiştirenler var ama çok değil, kendi evlerine göre yapıyorlar ama satılan hiç duymadım (K2).”* İlçe genelinde bayramlara karşı özel bir tutum hâkimdir. Menülerini zenginleştirdikleri bu kutsal günlerde yine sebzeden ete her türlü ürüne sofralarında yer vermekte, paylaşmayı ve yardımlaşmayı ön planda tutmaktadırlar.

4.5. Eğlence Amaçlı Etkinlikler Temasına İlişkin Bulgular

Aybastı’da eğlence amaçlı yapılan etkinliklerle ilgili yöneltilen sorularda Nevruz Bayramı’nı kutladıklarına dair bilgi veren bir görüşme gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmeler sonrasında ilçede Hıdırellez’in kutlandığı, bereket getirdiği inancıyla eve kuruyemiş getirmek gibi o güne özel ritüellerin gerçekleştirildiği ve aşure ile helva gibi yemeklerin yapıldığı belirtilmiştir. Yine ilçeye özgü Perşembe Yaylası festivali ve köy meydanlarında ilçe panayırlarının da kutlandığı görüşmelerde ifade edilmiştir. Perşembe yaylası festivali, Perşembe yaylasında Rumlar ve Müslümanlar arasında gerçekleşen bir savaş sonrası kutlanmaya başlamıştır. Önceleri panayır havasında geçen bu etkinlik, 1992 yılında şenliğe dönüştürülmüştür. Peynirli ve patatesli gözlemeler, köfteler, şiş kebaplar yapılan yiyecekler arasındadır. Eskiden kurulmayan lunapark, şimdilerde çocukları eğlendirmek için festivalde sıklıkla yer alan bir diğer etkinlik planlamasıdır. K5’in görüşme sorusuna verdiği cevap şu şekildedir; *“Yazın köy meydanında panayır olurdu artık olmuyor. Perşembe yaylası festivalinin bir küçüğü şeklinde küçük festivaller olurdu mahallelerde şu an olmuyor artık. Mahalleler arası maç yapılırdı artık olmuyor (K5).”* İlçeye özgü kutlanan festival ve etkinliklerden Perşembe yaylası festivali önemini hala korumakta ve her yaz kutlanmaktadır. Köy özelinde kutlanan panayır ve mahalleler arası maçlar gibi etkinlikler unutulmaya yüz tutmuş etkinliklerden oldukları yapılan görüşmeler sonucu tespit edilmiştir.

4.6. Sofra Adabı Temasına İlişkin Bulgular

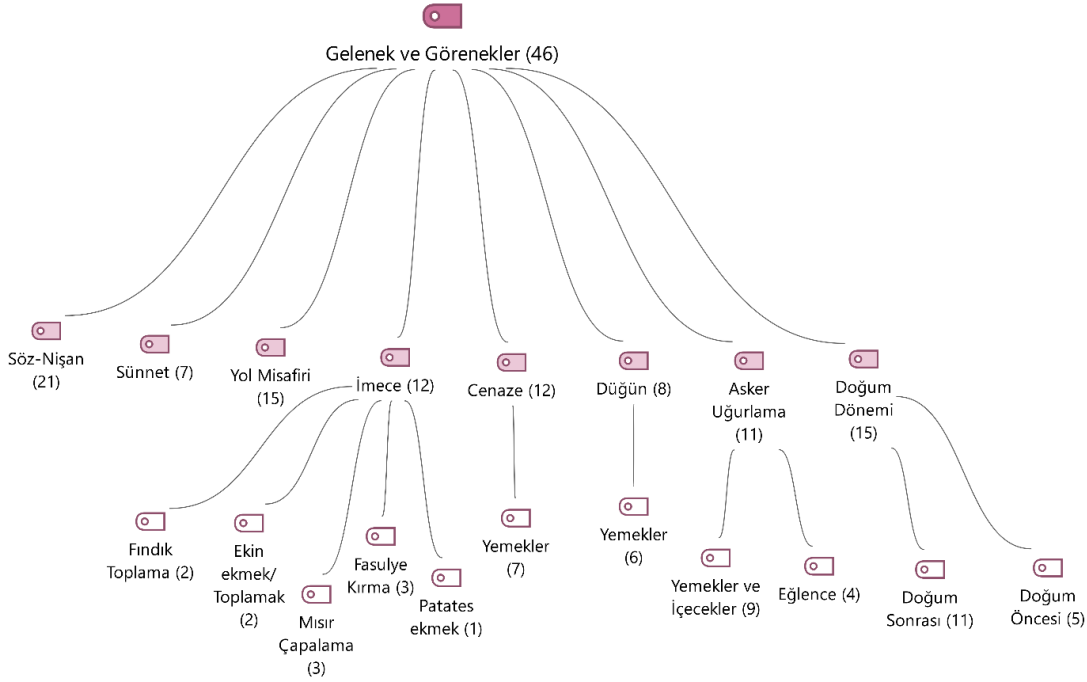
Sofra adabı temasında yiyecek ve içeceklerin hazırlanma süreci, sofraya sunumu ve yiyecek masalarındaki kültür üzerinde incelemeler yapılmıştır. En fazla kodlama yapılan alt tema sofranın kuralları (10) olmuştur. Bu temayı sofranın hazırlığı ve servis kültürü (5) temaları izlemektedir. Aile büyüğü ya da misafir yemeğe önce başlar, yemek yerken ses çıkartılmaz, herkes önünden yer gibi kurallar genelde kodlanan sofranın kuralları arasındadır. Yemeklerin toplu gelişi ve genelde kadınlar tarafından servis edilmesi servis kültürü altında kodlanan görüşme yorumlarından. Sofra hazırlığında genelde kadınlar rol almaktadır ve anne figürü ön plana çıkmaktadır. Yardımlaşma temelli sofranın hazırlığında yemekler sofraya aynı anda ve

tek bir tabaktan yenilecek biçimde gelmektedir. Özel bir misafir geldiğinde sofralarda yemek çeşitlerinin daha fazla olduğu, günlük olarak kendilerine hazırlamadıkları yemeklerden misafirlere hazırladıkları gibi ayrı bir özenin ortaya çıktığı ve aile bireylerinin birlikte oturduğu sofralarda misafirler geldiğinde kadın-erkek ve çocuk olmak üzere ayrıştırmalara gidildiği belirtilmektedir. Bu ana tema kodu altında sorulan sorulara alınan cevaplar şu şekildedir; *“Eskiden büyükler başlardı. Mesela büyükler, misafirler, misafir başlamayınca ev sahibi başlamaz. Misafiri buyur eder. Ondan sonra kendisi sonradan başlardı. Bizim evimizde büyükler başlar. Evvela biz otururuz. Bizim önümüze koyarlar. Ondan sonra kendi önlerine koyarlar (K1).”*

“Bu erkeklerle kadınlar kendi ailemiz olsa ayrılmaz da şimdi misafirimiz geldi. Misafirlerle ayrı sofralar kurarız. Çocuklar ayrı yer. Biz de büyüklerin yanına otururuz. Gelinler oturamaz. Bunlar sonradan yer, gençler misafirle oturmazlar. Akraba gelirse bir otururuz (K3).” İlçe kültüründen sofraya misafir oturmadan ve yemek yemeğe başlamadan ev halkının yemeğe başlaması saygısızlık olarak kabul edilmektedir. Misafir olmasa dahi yemeğe başlamak için ev büyüğünün başlamasını beklemek en belirgin sofrada adaptasyonudur. Öncelik daima misafire ve evin büyüğüne verilmiştir. Genellikle kadın odaklı bu mutfak kültüründe sofrada hazırlığında rol alan gelinler, anneler ve kız çocukları hazırladıkları sofralar ile hane içinde kendi sofrada kültürlerini oluşturmaktadırlar. Kalabalık sofraların kadın-erkek-çocuk ve akraba-misafir olarak ayrıştırılması ise ilçe genelinde benimsenmiş kültürler arasında olduğu tespit edilmiştir.

4.7. Gelenek ve Görenekler Temasına İlişkin Bulgular

Gelenek ve Görenekler kod haritası Şekil 10’da gösterilmiştir. Doğum dönemi, asker uğurlama, düğün, cenaze, imece, yol misafiri, sünnet, söz-nişan ve diğ buğdayı temalarında alt kodlar oluşturulmuştur. Yapılan görüşmeler sonucunda diğ buğdayı geleneğinin yaygın olarak kutlanmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Doğum sonrası gelen misafirlere şerbet dağıtımı mutlaka uygulanan geleneklerden olmuştur. Çocuğun kız ya da erkek olması etkinliğe şekil vermekte ve erkek çocukları için helva dağıtımı yapılmaktadır. Yine yöresel ürünlerin de içerisinde bulunduğu yemeklerle birlikte komşular evde yapabildikleri yemekleri cenaze evine getirmişlerdir. Bunların arasında keşkekler, çorbalar, sarmalar ve pilavlar sayılabilir. Cenaze günü ev sahipleri yemek yapmamakta ve komşularının getirdikleri yemekleri tüketmektedirler. Genelde bu yemek etkinliği cenaze kalktıktan sonra cenaze sahibinin evinde gerçekleşmektedir. Aynı şekilde cenazeden sonra 40. gün ölen kişinin arkasından tekrar bir organizasyon planlanır ve adına kuran okunup, yemek dağıtılır.



Şekil 10. Gelenek ve Görenekler Kod Haritası

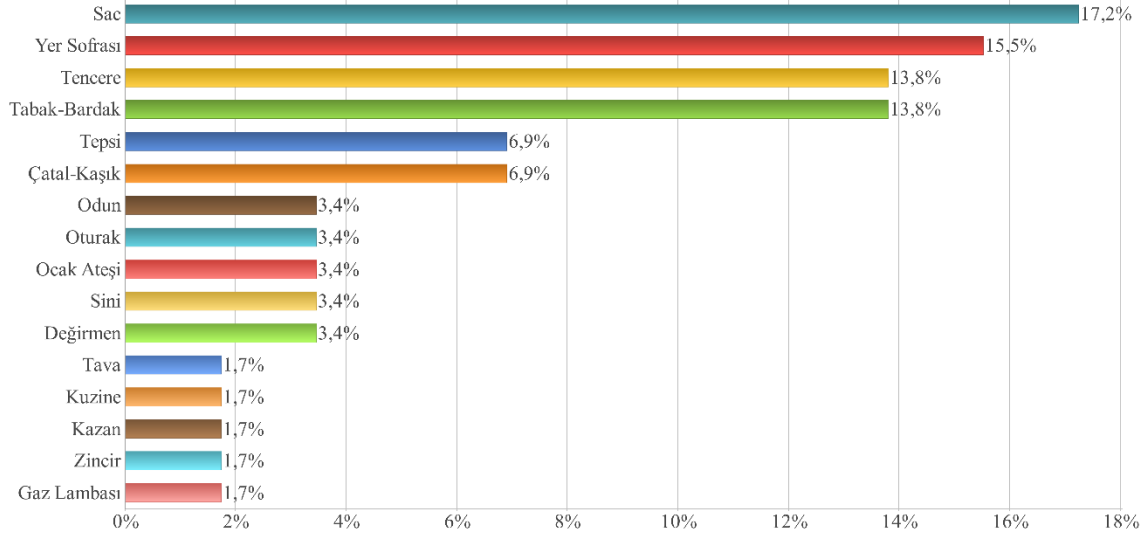
Asker uğurlamaya özel hazırlanan yiyecek ve içeceklerin yanında yapılan etkinliklerde görüşmelerde belirtilen gelenek ve göreneklerden olmuştur. Genellikle askere gidecek olan kişinin evinde ya da meydanlarda toplanan insanlar burada askere gidecek kişi için planlanan eğlenceler eşliğinde yiyecek ve içecek tüketmektedirler. Bu yiyecekler arasında etli ya da tavuklu keşkekler, meyveler, börekler ve pilavlar yer almaktadır. Habersiz olmasına rağmen büyük bir özen ile karşılanan yol misafirlerine yapılan ikramlar görüşmelerde konusu geçen bir diğer gelenek ve görenek çeşidi özelliği taşımaktadır. Gelen misafir tanıdık olsun ya da olmasın asla geri çevrilmemiş ve misafir edilmişlerdir. Yatağın, yemeğin ve içeceğin en iyisi misafire ayrılmıştır. İmeceler fasulye kırma, ekin ekme/toplamak, fındık toplama, mısır çapalama ve patates ekme şeklinde beş alt koda ayrıştırılmıştır. Yapılan bu imeceler ile ilçe halkının yardımlaştığı ve bir bütün olarak hareket ettiği ayrıca öğle öğününün imecelere denk gelmesi sebebiyle sofraların genelde tarla ve bahçelerde kurulduğu yapılan görüşmeler sonucu elde edilen bulgulardandır. Gelenek ve görenek ana kodu altında sorulan sorulara katılımcıların verdikleri cevaplar şu şekildedir; “Mesela erkek çocuğu olanlar tatlı dağıtırdı. Helva yapardı, dağıtırdı (K4).”, “Hamilesin zaten her şeyi yiyemiyorsun. Tuzlu yemek yasaktı. Elin ayağın şişer, tansiyonun çıkar diye. Hamilelikte tuzsuz yenirdi (K1).”, “İlk gün cenaze olan evde yemek yapmayız. Üç gün sürer. Bir hafta geçtikten sonra sarma sararız, turşularımız olur onlardan yaparız. Kaldirik dalı turşusu yapılır. Eskiden melocanlarımız vardı şu durumda çok yok. Sakarca çıkıyor ama nadir eskiden daha çok çıkardı. Toplardık, mihlaması olurdu (K2).”, “Doğumda lohusa şerbeti, üzüm kompostosu yapılır. Genelde bizim burada günde yapılan yemeklerden yapılır. Kısır, patates salatası, tatlı gibi. Ama şerbet muhakkak var, o özeldir (K3).”, “Tanıdık olur ya da olmaz Tanrı misafiri derler ya. Sanki

normal misafir gibi ağırlıyorlarmış. Yatacaksa en iyi yatak verilirmiş. Yemek yiyecekse programda olmayan yemekler yapılırmış. Mesela haftalık et bulamıyorlarmış, misafir gelince et olurmuş. Misafir geldi diye tavuk, horoz keserlermiş (K5)”.

Söz-nişan, düğün ve sünnet gibi etkinlikler yemek ve eğlence eşliğinde gerçekleştirilmiştir. Söz ve nişan etkinliklerinin bir arada gerçekleştiği yorumlardan yola çıkarak elde edilmiş bilgilerdendir. Genellikle aile büyükleri ile birlikte kız istemeye gidilmiştir. Köy muhtarı ve ailenin en büyüğü söz günü kız evinde bulunmaktadır. Kız isteme gerçekleştikten sonra kahve içilmekte ve yemek yenilmektedir. Yüzük takma töreni bazen nişanda gerçekleştirilmekteyken bazen de düğüne ertelenmektedir. Tepsilerle sarmalar, börekler ve büyük kazanlarda keşkekler yapıldığı yine görüşmelerde elde edilmiştir. Mekân olarak salonlar yerine evler ya da köy meydanları tercih edilmektedir. Nikâhlar gösterişsiz belediye salonlarında olsa bile düğünler yine çeşitli yemekler (sarma, börek, keşkek vb.) ve içecekler eşliğinde gerçekleştirilmektedir. Düğün zamanı “Komşu Gecesi” denilen bir etkinlik gerçekleştirilmektedir. Düğünden bir gün önce kurban kesilmekte ve komşulara dağıtılmaktadır. Paça ve işkembe çorbası ikram edilmektedir. Ertesi gün düğün gerçekleştirilmekte ve tüm Aybastı halkı davet edilmektedir. Sünnet düğünleri ağırlıklı olarak evlerde yapılmakta ve yine yöresel yemekler eşliğinde organizasyonlar planlanmaktadır. Bu özel günlere ilişkin görüşmelerde şu şekilde bilgiler elde edilmiştir; “Eskiden bir hafta, üç-dört gün önceden kalabalık durumuna göre baklavalar açılırdı, sarmalar sarılırdı, su börekleri açılırdı tepsilerde. Bu şekilde yapılır düğün günü ikram edilirdi. Sütlaçlar yapılıyordu eskiden düğünlerde. Üzüm yaprağı sarması ayrı, pancar sarması ayrı oluyordu (K2).”

4.8. Araç-Gereçler Temasına İlişkin Bulgular

Araç-Gereçler ana teması sonuçları Şekil 11’de gösterilmiştir. Alt kod oluşturulurken en fazla kodlama sac (10) ve yer sofrası (9) sözcüklerinde yapılmıştır. Sabah, öğle ve akşam öğünlerinde sacda yapılan ekmekler en fazla tüketilen ürünlerdir. Sac sözcüğünün kodlanma miktarı ile sac ekmeği tüketimi doğru orantılıdır.



Şekil 11. Araç-Gereçler Ana Teması Sonuçları

Yapılan görüşmeler ışığında geçmişte tek tabaktan yeme ve ahşap kaşık kullanma kültürünün yaygın olduğu görülmüştür. Bakır kapların ve ahşap kaşıkların gerektiğinde birden fazla kişi tarafından da kullanıldığı yapılan görüşmeler sonucu elde edilmiştir. Yapılan yemekler büyük tencere ya da kazanlar içinde pişirilmektedir. Genelde toplu etkinlik sunan düğün, sünnet, festival gibi alanlarda kullanılmıştır. Aynı şekilde tepsilerde o zamanlar gözde araç-gereçlerden birisi halindedir. Bu tepsiler böreklerin yapıldığı, yiyeceklerin taşındığı tepsiler olarak şekillenebilmektedir. Katılımcı görüşmelerinden araç-gereçler ile ilgili bilgiler şu şekildedir; “Sac ekmeği pişirirdik. Unumuzu kendimiz öğütürdük. Değirmen vardı, değirmene gider, unumuzu öğütürdük (K1).” Bakır ve alüminyum kapların kullanımı yaygınken günümüzde teknoloji ile birlikte geliştirilen alternatif araç ve gereçlerden yararlanılmakta olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aybastı ilçesine özgü yöresel olarak tüketilen yemekler Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2. Aybastı Yöresel Yemekleri

Yemek	Tüketim Yerleri	Tanım
Turşular	Öğünler, Sünnet, Doğum Bayramlar	Cenaze, Düğün, Dönemi,
Sarmalar	Cenaze, Amaçlı Sünnet, Uğurlama, Doğum Dönemi	Eğlence Etkinlikler, Düğün, Asker yemek olarak sıkça tüketilen yiyeceklerdendir. Ayrıca kaldirik otunun yapraklarından sarılan sarmalarda tüketilebilmektedir (K2, K3, K4).

Çorbalar	Öğünler, Sunnet, Doğum Bayramlar	Cenaze, Düğün, Dönemi,	Sabah dahil olmak üzere her öğün tüketilen çorba, mısır ve pancar türleriyle ön plana çıkmaktadır (K1, K2). Mercimek çorbası, tavuk çorbası, işkembe ve paça çorbası da ilçede tüketilen çorbalardır.
Sebze Yemekleri	Öğünler, Eğlence Etkinlikler, Düğün, Uğurlama, Bayramlar	Cenaze, Amaçlı Sunnet, Asker	Fasulye yemeği, kapçuk, Gürcüce, karnıyarık, kabak ve patates yemeği ilçede sıkça tüketilen sebze yemeklerindedir (K2, K5). Günlük öğünlerin yanı sıra özel günlerde de bu yemeklerin hazırlandığı belirtilmektedir.
Tatlılar	Cenaze, Amaçlı Sunnet, Uğurlama, Doğum Dönemi	Eğlence Etkinlikler, Düğün, Asker	Tepsilerce hazırlanan ve genelde özel günlerde tüketilen baklava, çıtır hamur arasında yöresel fındık ve ceviz ile yapılmaktadır. Un helvası, karakuş, sütlaç ve kabak tatlısı da yörede yemeklerin sonunda tercih edilmektedir (K2, K4).
Et Yemekleri	Öğünler, Eğlence Etkinlikler, Düğün, Uğurlama, Bayramlar	Cenaze, Amaçlı Sunnet, Asker	Eti kavurarak, güveçte ya da fırında tüketmektedirler. Yahni ilçede sık yapılan bir et yemeğidir ve özel günlerde de yer almaktadır (K3). Kıymalı mıhlama, şiş kebab ve köfte de tercih edilen yemekler arasındadır. Aybastı'ya özel yemeklerden birisi de tava yemeğidir. Dananın antrkot ve but kısımları ile kuzu pirzoladan yapılmaktadır. Sebzeler ile birleştirilen et tepside taş fırında pişirilir (K5).
Yardımcı Yemekler	Öğünler, Eğlence Etkinlikler, Düğün, Uğurlama, Bayramlar	Cenaze, Amaçlı Sunnet, Asker	Genelde yardımcı yemek rolü üstlenen pilav bulgur ya da pirinç, etli ya da tavuklu olarak sıklıkla tüketilmektedir. Su böreği ince açılmış hamurların arasına genellikle peynir ve maydanoz harcı ilave edilen bir hamur işidir ve tepsilerde kızarana kadar pişirilir. Özel günlerde yardımcı yemek rolü üstlenmektedir (K3). Yörenin kendi hayvanlarından elde ettiği yoğurt ve onunla hazırlanan cacık da sayılabilecek yardımcı yemeklerdendir. Son olarak keşkek yardımcı yemekler arasındadır. Özel günlerde sıklıkla tercih edilen bir yemektir (K2). Tavuk ya da kırmızı etin bulgur ile dövülmesiyle hazırlanır. Büyük kazan veya tencerelerde yapılmaktadır.
İçecekler	Öğünler, Eğlence	Cenaze, Amaçlı	Kahvaltıda siyah çay ve süt tüketimi ön plandadır (K1). Doğum öncesi elma ve üzümünden hazırlanan

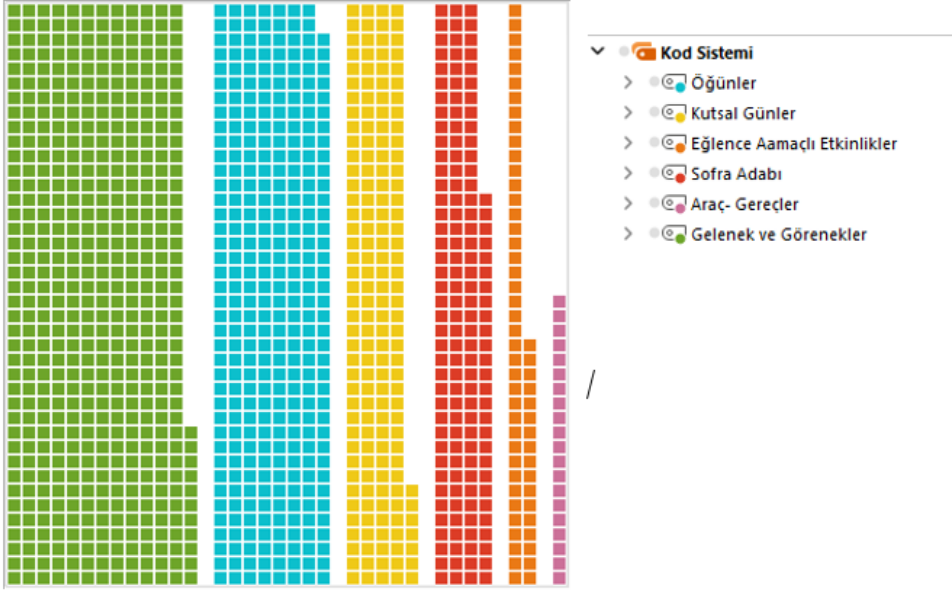
	Etkinlikler, Düğün, Uğurlama, Doğum Dönemi	Sünnet, Asker Bayramlar,	komposto ve hoşaf, doğum sonrası şerbet ve cenaze yemeğinde tüketilen meyve suları özel gün içeceklerindedir (K2, K3).
Hamur İşleri	Öğünler, Eğlence Etkinlikler,	Bayramlar, Amaçlı	Sac ekmeği, farklı ilçelerde golit olarak da adlandırılan kuru ve kuru yufka, yemeklerin yanında tüketilen hamur işlerindedir (K1). Kuru yufka ile yapılan peynirli tava böreği ikindi ve yatsı öğünlerinde çay saati adı altında tüketilmektedir.
Atıştırmalıklar	Öğünler, Amaçlı Etkinlikler	Eğlence	Kuzinede ya da küle gömülerek hazırlanan patates, meyvelerden köy armut ve elması ilçede atıştırmalık olarak sayılabilecek yemeklerdendir (K4).
Baharatlar	Öğünler, Eğlence Etkinlikler, Düğün, Uğurlama, Doğum Dönemi	Cenaze, Amaçlı Sünnet, Asker Bayramlar,	Pul biber ve karabiber tüketiminin yanında ilçede meşhur olan kekik yemeklerde kullanılmaktadır (K3, K5).

Aybastı ilçesinde sıklıkla tüketilen yemekler keşkek, su böreği, turşu, sarma, pilav, çorba ve baklava olarak sıralanabilmektedir. Hemen hemen her öğün ve etkinlikte yer alan bu yiyecekler, ilçe halkı tarafından sevilerek tüketilmekte ve sıklıkla yapılmaktadır. Özel günlerin başrolünü keşkek oluşturmaktadır (K2). İçerisinde mutlaka et bulunan bu yemek tavuk ya da kırmızı etin bulgurla, tahta kaşık yardımı ile uzun süre dövülmesi ile hazırlanmaktadır. Keşkek geleneğinin en önemli noktası yapım ve tüketim sürecinde ilçe halkı tarafından ortaklaşa bir çalışma sürdürülüyor olmasıdır. Malzemeler etkinlik sahiplerinden karşılanırken gerekli iş gücü ilçe halkının yardımlarıyla sağlanmaktadır. Meşakkatli bir süreç içermesinden dolayı günlük öğünlerde sıklıkla tüketilmemektedir. Turşu tüketimi ilçede yaygındır. Genellikle sabah, öğle ve akşam olmak üzere tüm öğünlerde tüketilebilmektedir. En fazla fasulye ve pancar çeşitleri tercih edilmekle birlikte pazı turşusu ve kaldirik sapı turşusu da tüketilen turşular arasındadır (K5). Sarmalar yardımcı yemek olarak görülse de tüm özel günlerde sofralarda yer almaktadır. Üzüm ve pancar ağırlıklı olarak bahsi geçen sarma çeşitleridir (K2, K3, K4). Ayrıca turşu olarak tüketilen kaldirik otunun yaprakları ile de sarma yapıldığı katılımcı yorumlarıyla belirtilmiştir. Her öğün tüketilen çorbalardan mısır çorbası sabah kahvaltılarında rağbet görmektedir. Bunun yanı sıra pancar ve tavuk çorbası da sıklıkla tüketilmektedir (K1, K2). Sebze yemeklerinde fasulye ile hazırlanan yemekler rağbet görmektedir. Taze kabak, beyaz patates, patlıcan, lahana da sebze

yemeklerinde sıklıkla kullanılmaktadır. Tatlılar özel gün sofralarında mutlaka yer almaktadır (K2, K5). Bayramlar, düğünler ve diğer etkinlikler dışında misafire hazırlanan masalarda özel sayılmaktadır ve bu sofralara mutlaka tatlı eklenmektedir. Baklavalar, kıvrırma ve burma olmak üzere iki şekilde yapılmaktadır. Karakuş olarak da anılan gül tatlısı, sütlaç ve kadayıf da tercih edilen tatlılardandır (K2, K4). Özellikle kurban bayramlarında sıkça yapılan et yemekleri ilçede pilav üstü, kebab, köfte ya da yahni olarak tüketilmektedir. Tava yemeği meşhurdur. Dana eti ve kuzu etinin birleşiminden fırında uzun süre pişerek hazırlanan bir yemektir (K5). Sebze ve etler 15dk pişirildikten sonra domates sos ile birleştirilip bir saate yakın pişirilmektedir. Özel günlerde tüketilmektedir. Tavada ekmeğin banarak yendiği ifade edilmektedir. Yardımcı yemek olarak pilav, makarna, turşu, sarma, yoğurt, börek ve ekmeğin tüketildiği tespit edilmiştir (K2, K3). Ayrıca katılımcılar salata hazırlayıp tükettiklerinden de yaptıkları yorumlarda bahsetmişlerdir. Çay, meyve suyu, şerbet, hoşaf, komposto ve süt katılımcılar tarafından tüketildiği belirtilen içeceklerdir (K1). Lohusa şerbeti yanında doğum öncesi ya da sonrası hem hamile bireye hem gelen misafirlere ikram amaçlı yapılan komposto ve hoşaf ilçe genelinin önem verdiği değerlerdir (K2, K3). Hayvancılık ile uğraşan katılımcılar sabahları süt tüketimi olduğunu da belirtmişlerdir. Sac kullanımı ilçede yaygındır ve sac ekmeği en fazla tüketilen hamur işi üründür (K1). Mesudiye ilçesinde golit olarak da isimlendirilen kuru da ilçede tüketilmektedir. Son olarak kuru yufka ile yapılan peynirli ya da kıymalı börekler çay saati olarak geçirilen öğünlerde yer almaktadır. Katılımcıların belirttiği en önemli atıştırmalık ürün kuzinede pişirilen ya da köze gömülen patateslerdir (K4). Ayrıca köy armut ve elması da ara öğün atıştırmalıklarındandır. Son olarak katılımcı görüşmelerinden elde edilen bilgiye göre ilçenin kekiği meşhurdur ve belirtilen yemeklerde kullanılmaktadır (K3, K5). Bunun yanı sıra pul biber ve karabiber baharatlarının da kullanıldığı ifade edilmiştir. Yemeklere ait temsili görseller Şekil 15'te gösterilmiştir.

4.9. Belge Portresi Sonuçları

Aybastı'nın mutfak kültürünü değerlendirmeye yönelik yapılan görüşmelerin yoğunluğu belge portresi üzerinden irdelenmiştir. Belge portresi sonuçları Şekil 12'de sunulmaktadır. Sonuçlara göre en yoğun görüşme teması gelenek ve göreneklerdir (yeşil). İkinci sıradaki görüşme teması öğünler (mavi), üçüncü tema kutsal günler (sarı) ve dördüncü ana tema sofrada (kırmızı).



Şekil 12. Ana Temalar Arası İlişkilerin Belge Portresi

Aybastı'nın gastronomik kimliğini şekillendiren iki temel faktör mevcuttur. Bunlar çevresel ve kültürel faktörlerdir. Çevresel faktörlerin altında coğrafya ve iklim, yöreye ait ürünler ve yeni ürünlerin yöreye uyumu gibi alt kategoriler oluşturulmuştur. Kültürel faktörlerin altında ise tarih, etnik, çeşitlilik, deneme- yanılma, inançlar ve değerler adı altında alt kategoriler oluşturulmuştur.

Aybastı, Ordu ili sınırları içerisinde bir ilçedir. 1959 yılında ilçe statüsü kazanmıştır. İlçeye ait gastronomik kimlik incelenirken kimliğin tarihi bir birikimle şekillendiği belirlenmiştir. Bölgede iklim olarak Karadeniz iklimi hakimdir ve yemekleri gerek sebze ve otları gerekse de kullanılan tereyağıyla birlikte Karadeniz mutfağı ile örtüşmektedir. Tarımı sıkça yapılan ürünler arasında fındık, mısır ve fasulye sayılabilmektedir. Topraklarında fındık, fasulye, mısır ve patates bolca yetişmektedir. Ayrıca yöre halkı büyükbaş, küçükbaş hayvancılıkla ve arıcılıkla uğraşmaktadır ve ağırlıklı olarak kendi ürettiği ürünleri tüketmektedir. Sebze ağırlıklı olarak yöresel ürünler (galdirik, melocan, pancar) oldukça yaygındır. Aybastı mutfağı Gürcü mutfağından etkilenmiştir ve Gürcü yemeklerinin de tüketildiği görülmektedir. Beyaz et ile hazırlanan yemekleri benimsemişler ve öğünlerinde yer vermişlerdir. Katılımcı yorumlarında Gürcüce isimle tavuklu yemeğin tüketildiği belirtilmiştir.

Aybastı ilçesinde doğumlarda dağıtılan lohusa şerbeti, cenazelerde dağıtılan helva, aşure gününde aşure dağıtımı yapılmaktadır. Yemeğin önemli bir yer tuttuğu Aybastı ilçesinde özel günlere verilen önem o güne özel hazırlanan yiyecek ve içecekler ile gözler önüne serilmiştir. Yemekler hazırlanırken kullanılan araç-gereçlerden sac, kuzine, sini gibi araç-gereç terimleri de oldukça fazla kullanılmakta ve yemek profilinin bir parçası haline gelmiş şekilde anlatılmaktadır. Gelişip şekillenen bu yemek kimliği dini değerlerden de beslenmiştir. Haram sayılan hiçbir ürün yemeklere dahil edilmemiş ve ayrı bir şekilde yemek ile beraber

tüketilmemiştir. Özellikle kutsal günler sayılan Kurban bayramlarında kurban kesilmekte ve dağıtmakta ve kurban kesen kişi et pişene kadar bir şey yememekte, et pişince su ile pişen etten yemektedir. Bayram günü genelde kesilen kurban eti tüketilmektedir. Bu ritüel aslında sadece dini temelli bir olgu olmaktan çıkıp hem kurban sahibinin nefis temizliğine hem ihtiyaç sahiplerinin ete ulaşımına destek olmakta hem de tüm halkı birbiri ile etkileşim halinde tutmakta önemli bir yere sahiptir. Aynı şekilde Ramazan Bayramı'nda keşkek, su böreği, kıvrırma ve burma şeklinde tatlı tüketimi dikkat çekmektedir ve burada da paylaşım ve ilçe halkı arasında bir etkileşim söz konusudur.

5. Sonuç ve Öneriler

Araştırmaya ait bulgular incelendiğinde Aybastı ilçesinde sabah, öğle ve akşam öğünlerine günlük beslenmeye önem verildiği fakat ikindi ve yatsı öğünlerinin nadiren günlük hayata entegre edildiği ve çoğunlukla atlandığı tespit edilmiştir. Vançelik vd. (2007) yaptıkları çalışmada fırsat bulamama ve unutmama gibi unsurların öğünleri atlamanın en önemli iki nedeni olduğunu ele almışlardır. Bu durumun o zamanlar var olan alım gücü çerçevesinde yanlış beslenme ve plansız yaşama gibi noktalarla bağlantılı olduğu düşünülmektedir.

Bayramları diğer günlere nazaran daha farklı kılan en önemli detay hep birlikte kutlanmalarıdır (Artun, 2008). Katılımcılar, kutsal günlerden Ramazan Bayramı ve Kurban Bayramı'na verdikleri önemi yorumlarıyla belli ederken kandilleri çekirdek aile çerçevesinde evlerinde geçirmeye özen gösterdikleri tespit edilmiştir. Dünya'da son yıllarda gerçekleşen değişimlerin kültürel ve sosyal yapı üzerinde etkisi vardır. Kültürel anlamda gerçekleşen bu değişimler sonucu; evlenme, doğum ve ölüm gibi süreçlerde uygulanan gelenek-görenekler yok olmaya yüz tutmuştur (Çınar vd., 2021). Mevlit okutma bunlardan biridir ve ölen kişinin arkasından okunan mevlit dışında katılımcılardan değişik bir konu ile ilgili mevlit okutma cevabı alınmadığından mevlit okutmanın da her alanda uygulanan bir ritüel olmadığı tespit edilmiştir. Hıdırellez etkinliği; eski Türk inançlarına göre, ölümsüzlük, bolluk-bereket törenleri, İslami motifler, Anadolu'ya ve Balkan kültürüne yönelik izler taşıyan zengin içerikli bir şenlik ve bayram olarak değerlendirilmektedir. Katılımcıların verdikleri cevaplarda eğlence amaçlı yapılan etkinliklerde Hıdırellez ve ilçe özelinde kutlanan Perşembe Yaylası Festivali gibi etkinlikler ön plana çıkarken Nevruz ve benzeri başka bir etkinlikten bahsedilmemiştir. Hicri yılın Muharrem ayında onuncu gün "Aşure Günü" olarak Müslümanlarca kabul görmüştür (Dedekargınoğlu, 2014). İlçe genelinde de aşure günü kutlanmakta ve komşulara ve yakın çevreye dağıtılmaktadır. İçerisine kurutulmuş meyveler ve kuruyemişler eklenmiştir. Sofraların hazırlanması ve sunumu öznesini kadınlar oluşturmaktadır. Ev içindeki sofraya kültürünü genellikle mutfakta bulunan kişinin oluşturduğu ve onun biçimlendirmelerine göre şekil aldığı söylenebilmektedir. Mutfaktaki kadın gücü, yemeklerin hazırlanışı, yemeğin hikâyesi, sunumu ve nesilden nesle aktarımı önem arz etmektedir. Bu aktarımda en önemli unsurlardan biri olan kadın aynı zamanda yemek/mutfak kültürünün taşıyıcılarından. Hemen hemen her ülkede kadın mutfaktaki etkin kişi

konumundadır (Karaca & Altun, 2017). Yapılan görüşmeler sonucunda da alınan cevaplar bu yorum ile örtüşmektedir.

Bu araştırma Ordu ilinin Aybastı ilçesi ile sınırlı tutulmuş olup, Aybastı ilçesi özelinde yerel gastronomik kimliğin kültürel analizi kapsamında incelemeye tabii tutulmuştur. Öğünlerden gelenek göreneklere kadar her öğün ve özel günde yapılan çeşitli yiyecek ve içecek ikramları gastronomik kimliğin oluşmasında önemli bir yer tutmaktadır. Yapılan çalışmanın sınırlılığı olarak sadece Aybastı özelinde inceleme yapıldığından Ordu ili geneli için yorum yapma yetisi vermiyor olması olabilir. Bundan sonra yapılacak olan araştırmalar için Aybastı ilçesinin komşu ilçeler ile yemek kültürü konusundaki bağlantıları incelenebilir, Ayrıca çalışmanın içerdiği konu çerçevesinin geniş olması, yeni çalışmalarda konu özeline inip detaylı bir çalışma yapma isteği uyandırabilir. Aybastı ilçesine gastronomi turları düzenlenip, yöresel gastronomi kimliğini anlatan rehberler bulunabilir ve görüşme sayıları artırılıp farklı mahallelerden yararlanılabilir. Aybastı ilçesi özelinde hazırlanan yemeklerin reçeteleri detaylı incelenip menülerde yer alması sağlanabilir. Konu ile ilgili araştırmalar sıklaştırılıp bu konudaki literatür genişletilebilir. Ayrıca Aybastı ilçesi sakinleri bilinçlendirilerek kaybolmaya yüz tutmuş bu bilgiler yazılı kaynaklara dökülmeye teşvik edilebilir. Aybastı ilçesine özel yöresel yemeklerin yaşatılması adına etkinlikler düzenlenip bu yemekler o etkinliklerde tanıtılabilir. İşletmeler menülerinde Aybastı yöresel yemeklerine yer vererek yemeklerin herkes tarafından tanınması ve tadımının yapılması sağlanabilir.

Kaynakça

- Artun E. (2008). *Adana Mutfak kültürü ve Adana yemeklerinden örnekler*. M. Sabri Koz (Ed.). Yemek kitabı (ss. 425-461). İstanbul: Kitabevi, 3. Baskı.
- Aybastı Belediyesi (2023, Mayıs). *Aybastı Yöresel Mutfak Kültürü*. <https://www.aybasti.bel.tr/sayfa/ilcenin-yoresel-mutfak-kulturu>. Erişim tarihi: 01.05.2023.
- Bahar, O., Özdemir Ö. & Akyürek, S. (2020). Yeşilüzümlü Kuzugöbeği Mantar ve Dastar Festivali'nin Kırsal Kalkınma ve Kültürel Değerler Üzerindeki Rolü, *Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 21(46), 131-159.
- Bérard, L. & Marchenay, P. (2008). *From localized products to geographical indications. Awareness and action*. Bourgeen-Bresse, France: CNRS.
- Bertan, S. (2020). Impact of restaurants in the development of gastronomic tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21, 100232.
- Biernacki, P., & Waldorf, D. (1981). Snowball sampling: Problems and techniques of chain referral sampling. *Sociological methods & research*, 10(2), 141-63.

- Bucak, T. & Ateş, U. (2014). Gastronomi turizminin il turizmine etkisi: Çanakkale örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 28(1), 315-328.
- Creswell, A., White, T., Dumoulin, V., Arulkumaran, K., Sengupta, B., & Bharath, A. A. (2018). Generative adversarial networks: An overview. *IEEE signal processing magazine*, 35(1), 53-65.
- Çeri, H. (2021). *Aybastı (Ordu) İlçesi Ceviz (Juglans Regia L.) Genotiplerinin Seleksiyon Yoluyla Islahı*. Yüksek Lisans tezi, Ordu Üniversitesi.
- Çınar, Z., Sormaz, Ü., Akturfan, M., & Dalagan, S. (2021). Geçiş Dönemlerinde Mutfak Kültürü ve Yöresel Mutfak Uygulamaları: Karaman Örneği. *Journal of Global Food Research*, 2(1), 1-13.
- Danhi, R. (2003). What is your country's culinary identity. *Culinology Currents*, 4-5.
- Dedekarginoğlu, H. (2014). Muharrem ve aşure. *Hünkâr Alevilik Bektaşilik Akademik Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 31-46.
- Durlu Özkaya, F. & Cömert, M. (2017). *Türk Mutfağında Yolculuk*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ekerim, F. & Tanrısever, C. (2020). Türkiye gastronomi festivalleri ve haritalandırılması, gastronomy festivals and their, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 2277-2297.
- Gürsoy, D. (2013). *Tiridine, tiridine, suyuna da bandım... Tarihin süzgecinde yöresel mutfağımız*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Halıcı, N. (2001). *Karadeniz Bölgesi Yemekleri*. Konya: GÜR-AY Ofset Matbaacılık.
- Harrington, N. (2005). It's too difficult! Frustration intolerance beliefs and procrastination. *Personality and Individual Differences*, 39(5), 873-883.
- Işkın, M. & Sarıışık, M. (2020). Türkiye'nin Gastronomi Turizmi Arz Kaynaklarının Değerlendirilmesinde Turist Motivasyonlarının Rolü, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4): 3909-3930.
- Kabacık, M. (2020). *Türk Mutfak Kültürünün Türkülerdeki Yansıması*, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Karaca, E., & Altun, I. (2017). Toplumsal Cinsiyetin Geleneksel Türk Mutfağına Yansıması. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 10(20), 335-342.

- Kızıldemir, Ö., Öztürk, E., & Sarıışık, M. (2014). Türk mutfak kültürünün tarihsel gelişiminde yaşanan değişimler. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(3), 191-210.
- Lee, I., & Arcodia, C. (2011). The role of regional food festivals for destination branding. *International Journal of Tourism Research*, 13(4), 355-367.
- Mossberg, L. & Eide, D. (2017). Storytelling And Meal Experience Concepts. *European Planning Studies*, 25(7), 1184-1199.
- Ordu Büyükşehir Belediyesi (2021). *Ordu Mutfağı: Yöresel Ev Yemekleri*. Ankara: Kültür ve Sosyal İşler Dairesi Başkanlığı Kültür Yayınları.
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International journal of hospitality management*, 23, 1-15.
- Saçılık, M.Y. (2020). Yenilikçi Mutfak Akımlarının Türk Mutfağı Kapsamında Uygulanabilirliği ve Yerel Mutfağın Menülerde Kullanılması ile İlgili Görüşlerin Belirlenmesi. *Turizm ve İşletmecilik Dergisi*, 1(1), 21-39.
- Sezen, T. (2023). *Yöresel yemek festivaline katılım motivasyonunun festival deneyimi, imaj ve sadakate etkisi: konya gastrofest örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şengül, S. & Türkay, O. (2015). Bölge Restoran Menülerinin Belirlenmesinde “Yöresel Mutfaklar” Eğitiminin Kullanılması: Mudurnu Örneği. *Ejovoc (Electronic Journal Of Vocational Colleges)*, 5(5), 1-6.
- Şimşek, A., & Yıldız, S. (2020). Türklere Özgü İçkilerin Gastronomi Turizmi Açısından İncelenmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(1), 684-699.
- Toksöz, D. & Aras, S. (2016). Turistlerin seyahat motivasyonlarında yöresel mutfağın rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 174- 189.
- Uçansoy, N. (2022). *Alaçatı Ot Festivali ile Otların Rüzgârlı Öyküsü Başlıyor*. <https://www.haberturk.com/htgastro/lezzetli-hatlar/11-alacati-ot-festivali-basliyor> 3364530 Erişim Tarihi: 19.03.2024.
- Vançelik, S., Önal, S. G., Güraksın, A., & Beyhun, E. (2007). Üniversite öğrencilerinin beslenme bilgi ve alışkanlıkları ile ilişkili faktörler. *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 6(4), 242-248.
- Yılar, M., Onaran, A., Yanar, Y., Belgüzar, S., & Kadioğlu, İ. (2014). Trachystemon Orientalis (L.) G. Don (Kaldırık)'ın Herbisidal ve Antifungal Potansiyeli. *Journal of the Institute of Science and Technology*, 4(4), 19-27.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi.

Yılmaz, G. (2017). Gastronomi ve turizm ilişkisi üzerine bir değerlendirme. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 171-191.

Yüncü, H.R. (2010). Sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi ve Perşembe Yaylası. *10. Aybastı-Kabataş Kurultayı*, 11, 27-34.

Etik Kurul İzni

Araştırma verilerinin toplanması için 04.10.2021 tarihinde Ordu Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'ndan 09 oturum ve 2021-151 sayılı toplantıda etik kurul izni alınmıştır.

Katkı Oranı Beyanı

Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan eder.

Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarları aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.

EXTENSIVE SUMMARY

Content Analysis of Ordu Aybastı District Gastronomic Culture

Ayşegül EKER

Ordu University, Social Sciences Institute,
The Department of Gastronomy and Culinary Arts

Üzeyir KEMENT

Ordu University, Faculty of Tourism
The Department of Gastronomy and Culinary Arts

Faruk YÜKSEL

Ordu University, Faculty of Tourism
The Department of Gastronomy and Culinary Arts

Certificates are defined as a marketing tool that provides information about the environmental principles of products and services and that proves their reliability as well as offering freedom of participation (Gökdeniz, 2017). These certificates are a way to prove the environmental competence of tourism businesses to the public. It also contributes to developing positive attitudes towards the goods and services produced and to creating differences for businesses against their competitors (Güler and Tufan, 2013). Different certification programs have been created and used by public institutions and non-governmental organizations in the field of sustainable tourism both in the world and in Turkey. The aim of the research is to compare the national and international sustainable tourism certificate criteria preferred in accommodation businesses.

Accommodation businesses receive sustainable tourism certificates such as Green Star, Greening Hotels and Sustainable Tourism Certificate at the national level, and Green Globe, Green Key, Travelife, Eco-Label, Blue Flag, LEED and BREEAM at the international level. In this context, the study is a qualitative research conducted to compare the criteria of national and international sustainable tourism certificates used by accommodation businesses. The qualitative research method was chosen to collect and compare information regarding the criteria of the certificates. Since LEED and BREEAM certification covers the sustainability of

buildings, Blue Flag was given to beaches and marinas, and the White Star certification program was terminated, these certifications were not included in the research.

As a result, when it is examined at national and international certificates in general, it is seen that Green Globe certificate criteria are updated twice a year, Green Key certificate criteria are updated once every three years, and sustainable tourism certificate criteria are updated every three to five years. On the other hand, it can be noted that there is no update or duration information regarding the Travelife, Eco-Label (last in 2017), Green Star and Greening Hotels certification criteria. In this context, it is evaluated that the criteria for the mentioned certificates need to be updated in terms of today's technology and architecture. Another result reached within the scope of the study is that the International Green Globe certification program includes an evaluation table according to the geographical region and local factors in which the businesses are located. In the National Green Star certification program, it is seen that there is a classification according to the star levels of businesses. It is noteworthy that there is no classification or rating system in other national and international certificate programs. It is considered that this result may be related to the idea that it will not be possible for accommodation businesses to meet the standard criteria because they are in different countries, regions and cities.

Another important point is that businesses must fulfill all the criteria specified in international certification programs and in the Sustainable Tourism certificate, one of the national certificates. In order to distinguish the businesses that meet all the criteria from the businesses that only meet the optional criteria to receive the certificate, it would be more appropriate to create certificate levels (bronze, silver and gold) according to the score levels, as in the Green Globe, Travelife and Greening Hotels certificate programs, instead of limiting the minimum score in the certificate programs.

As a result, it is obvious that international and national sustainable tourism certificates serve an important purpose. In terms of criteria, it can be stated that updates should progress together with technological and architectural developments, and if there are optional criteria in certification programs, certification levels should be created and the certification process will progress faster with the support of country governments to businesses.

Ekoturizm Eğitime İlişkin İçerik Analizi (Content Analysis for Ecotourism Education)

Olca SEZEN DOĞANCILI^{a*}

^a Sinop Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Sinop-Türkiye
(o.dogancili@sinop.edu.tr), <https://orcid.org/0000-0002-7070-4076>

MAKALE GEÇMİŞİ

Geliş Tarihi (Received):

03.04.2024

Kabul Tarihi (Accepted):

30.05.2024

Anahtar Kelimeler:

Ekoturizm,
Eğitim,
Farkındalık

Keywords:

Ecotourism,
Education,
Awareness

Makalenin Türü: Araştırma Makalesi

***Sorumlu Yazar:** Olca SEZEN DOĞANCILI

E posta: o.dogancili@sinop.edu.tr

Öz

Ekoturizm faaliyetleri yerel kültür, yerel halkın kalkınması ve sürdürülebilirlik gibi unsurlarla harmanlanarak uygulanan, doğa ile iç içe olan bir turizm türü olarak ortaya çıkmıştır. Sahip olduğu sorumlu turizm özellikleriyle ve ekoturizm faaliyet süreçlerinde yer alan tüm paydaşların sürdürülebilir davranışlar göstermesinin önemli bir unsur olmasından dolayı paydaşlarına ekoturizmle ilgili bilgilendirme ve farkındalık eğitimleri sağlanması gerekmektedir. Bu bağlamda çalışma kapsamında Türkiye’de verilen ekoturizm eğitimlerini analiz ederek söz konusu eğitim kapsamında yer alan konu başlıkları ve içeriklerinin odaklandığı unsurları tespit etmek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda çalışma amaçlarına ulaşabilmek için çeşitli anahtar kelimeler belirlenerek internet tabanından tespit edilen 38 ekoturizm eğitimi çalışmaya dâhil edilmiştir. Elde edilen verilere göre ekoturizm eğitimleri 2010 yılından itibaren uygulanmaya başlamış olup genellikle Kalkınma Ajansları yürütücülüğünde işleyiş sağlamıştır. Hedef kitle olarak işletmelerin ve yatırımcıların yanı sıra ilgililer adı altına genel bir kitleye hitap eden ekoturizm eğitimlerinde genel bilgilendirmelerin yapıldığı görülmektedir. Ayrıca eğitimlerde ekoturizm alanlarında yapılacak aktiviteler, işletmecilik ve farkındalık gibi konularda odaklanma olduğu görülmektedir. Bu kapsamda ekoturizm faaliyetlerinde yöresel ürün ve yerel kültürlerin ön planda olması gerektiğinden ekoturizm eğitimlerinde kültürleri korumak ve kültürün değişime uğramadan en öz hali ile gelecek nesillere aktarımının sağlanması için birtakım öneriler getirilmiştir.

Abstract

Ecotourism activities have emerged as a type of tourism intertwined with nature, blended with elements such as local culture, development of local people and sustainability. Due to its responsible tourism characteristics and the fact that it is an important element for all stakeholders involved in ecotourism activity processes to show sustainable behaviors, it is necessary to provide information and awareness trainings on ecotourism to stakeholders. In this context, the study aims to analyze the ecotourism trainings provided in Turkey and to determine the topics and contents of the trainings in question. In this direction, in order to achieve the objectives of the study, various keywords were determined and 38 ecotourism trainings identified from the internet base were included in the study. According to the data obtained, ecotourism trainings have started to be implemented since 2010 and have generally functioned under the leadership of Development Agencies. In addition to businesses and investors as the target audience, it is seen that general information is provided in ecotourism trainings that appeal to a general audience under the name of interested parties. In addition, it is seen that the trainings focus on issues such as activities to be carried out in ecotourism areas, management and awareness. In this context, since local products and local cultures should be at the forefront in ecotourism activities, ecotourism trainings focus on protecting cultures and preserving the culture without undergoing change.

Makalenin Künyesi: Sezen Doğancılı, O. (2024). Ekoturizm Eğitime İlişkin İçerik Analizi, AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi 27 (1), 86-105.

DOI: <https://doi.org/10.55931/ahbvtd.1464274>

1. Giriş

Hızla büyüyen turizm faaliyetleri ekolojik çevreye olan baskıları artırmakta ve özellikle doğal alanları olumsuz etkilemektedir (Üzülmez vd., 2023). Bu sebeple destinasyonların sürdürülebilir gelişimi için çevre odaklılığı ve ekoturizm bilgisi yüksek, sorumlu ziyaretçilerin olması önem arz etmektedir (Bagrı vd., 2009).

Doğal kaynakların korunmasının yanı sıra yerel halkın geçimini sağlayarak yaşam koşullarının iyileştiren ekoturizm faaliyetleriyle karbon ayak izinin azaltılması da mümkün olmaktadır (Samal ve Dash, 2023). Sürdürülebilir kalkınma unsuru olarak da görülen ekoturizm faaliyetlerinde ekoturistik alanların korunması ile ekonomik büyüme arasında dengeli bir yaklaşım sağlanarak toplum, turizm endüstrisi, hükümet ve turistler için karlı büyüme sağlanması söz konusu olmaktadır (Huang vd., 2023).

Ekoturizm endüstrisinin büyüebilmesi için turizmin çevreye olan zararlı etkilerinin turistler, turizm işletmeleri, hükümetler, destinasyondaki yerel topluluklar ve diğer paydaş gruplar tarafından koruyarak kullanma ilkesi gözetilerek uzun vadeli planlama yapılması gerekmektedir (Walsh ve George, 2019). Bu kapsamda çeşitli iş birliği ve ortaklıklar kurmak, yerel halk katılımı sağlamak, proaktif araştırma ve eğitim imkânı sunmak, çevreyi korumak, ziyaretçilerin yönetimini sağlamak ve yeşil etiket gibi standartlar faaliyetleri uygulamaya koymak önem arz etmektedir (Wight, 2002). Ayrıca su tasarrufu, atık yönetimi, ulaşım, gönüllülük programları ve sürdürülebilirlik ilkeleri gibi unsurlar ekoturizm tasarımlarının içine entegre edilmesi gerekmektedir (Walsh ve George, 2019).

Ekoturizm faaliyetlerinin daha iyi turist davranışı ve doğal çevre oluşumuna katkı sağlaması (Orams, 1995) için ekoturizmde ele alınan biyoçeşitliliğin korunmasının mümkün hale getirilmesi gerekmektedir (Stronza, Hunt ve Fitzgerald, 2019). Ekoturizm paydaşları ile tüketicilerin ihtiyaç ve beklentilerine karşılık verecek eğitim müfredatları sayesinde sürdürülebilir ekoturizm faaliyetleri daha uygulanabilir hale gelmektedir (Diamantis, 1999). Halihazırdaki araştırmalar vasıfsız veya az vasıflı olan yerel halkın eğitimine odaklanmak yerine gerekli işgücünün başka sektörden çekilmesinin yanı sıra yerel halk ve ziyaretçilerdeki eğitim eksikliğini vurgulamaktadır (Das ve Chatterjee, 2015). Bu bağlamda çalışma kapsamında Türkiye’de günümüze kadar uygulanmış olan ekoturizm eğitimleri hakkında bilgi

olmadığı saptanmış olup bu çalışma ile literatürdeki ilgili boşluğun doldurulması için ekoturizm eğitimleri incelenerek odaklandıkları unsurların tespit edilmesi amaçlanmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

Ekoturizm, yerel geçim kaynaklarını kullanarak doğal ve kültürel alanların korunmasına ilişkin temelleriyle işleyiş sağlayan (Thompson vd., 2018; Bustam vd., 2012) sürdürülebilir bir tüketim yaklaşımıdır (Weerasekara ve Assella, 2023). 1970’lerde doğan ekoturizm faaliyetleri (Dragomir vd., 2020) turistlerin ekosisteme olan etkisini minimuma indirmek için tüketimi kısıtlayan ve yerele odaklı olarak işleyiş sağlayan bir içerikle turizm sektöründe hızla büyüyen bir trende sahiptir (Iakovoglou vd., 2015).

Genellikle gelişmekte olan ülkelerde sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmek için mükemmel bir araç olarak ön plana çıksa da (Ramchurjee ve Suresha, 2013) bölgesel kalkınmanın yanı sıra çevrenin gelişmesine katkı sağlayan bir yaklaşım olarak da bilinmektedir. Destinasyonların ekonomik, sosyal ve kültürel sorunları üzerine odaklanarak kültürel mirasın korunmasına katkı sağlamanın yanı sıra yerel halka ekonomik gelir imkanı oluşturma gibi özellikleri ile tercih edilen bir turizm türü olduğu ifade edilebilir (Aman vd., 2022).

Ekoturizm alanlarının hassas doğal alanlar ve kültürel çevreler olmasından dolayı taşıma kapasitesi ve hassasiyet durumları göz önüne alınarak turizm faaliyetlerinde birtakım ekoturizm ilkeleri getirilmesi gerekmektedir (Demir ve Çevirgen, 2006). Bu kapsamda ekoturizmde uygulanması gereken ilkeler aşağıdaki şekliyle sıralanmaktadır (Cretu ve Ştefan 2015; Cretu, 2013);

- Doğal alanlara odaklanması,
- Ekoturistik ürünün yorumlanması,
- Dayanıklılık ilkesinin sağlanması,
- Doğanın korunmasına katkı sağlanması,
- Yerel toplulukların gelişimine katkı sağlanması,
- Turistlerin memnuniyet düzeyinin korunması,
- Uygun pazarlama yöntemleri kullanılması.

Uluslararası Ekoturizm Topluluğu tarafından ekoturizm faaliyetlerini uygulayan, katılım sağlayan ve pazarlamasında yer alan kişilerin benimsemesi gereken ekoturizm ilkeleri şu şekilde belirtilmiştir (Uluslararası Ekoturizm Topluluğu Web Sitesi¹);

- Fiziksel, sosyal, davranışsal ve psikolojik etkilerin minimuma indirilmesi,
- Kültürel ve çevresel farkındalık oluşturularak saygıyı geliştirilmesi,
- Ziyaretçiler ve ev sahipleri için olumlu deneyimler sağlanması,
- Alanların korunması için doğrudan finansal faydalar sağlanması,
- Yerel halk ile özel sektör için finansal faydalar yaratılması,
- Ziyaretçilere, gidilen ülkelerin siyasal, çevresel ve sosyal kimliklerine karşı duyarlılığın artırılmasına yardımcı olacak unutulmaz deneyimler sunulması,
- Çevreye etkisi düşük tesisleri tasarlama, inşa etme ve çalıştırılması,
- Yerel halkların haklarına müdahale etmeden ve manevi inançlarını tanıyarak ortak gç oluşturmak için onlarla ortaklaşa çalışılması.

Birleşmiş Milletler Çevre Programı Teknoloji, Sanayi ve Ekonomi Bölümü retim ve Tüketim Birimi (UNEP) tarafından hazırlanan “Ekoturizm: Sürdürülebilirlik İlkeleri, Uygulamaları ve Politikaları Raporu”nda ele alınan ekoturizm ilkeleri ise aşağdaki gibi sıralanmaktadır (UNEP Web Sitesi);

- Ekoturizm faaliyetlerinin doğa ve kültür üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirilmesi,
- Turistlere çevre koruma eğitimi sağlanması,
- Yerel halkın ihtiyaçlarını karşılayacak iş birliği çalışmaları sağlanması,
- Alanların korunması ve yönetimi için doğrudan gelir sağlanması,
- Ziyaretçi yönetim planları oluşturulması,
- Uzun vadeli izleme programları kullanılması,
- Yerel halka ekonomik fayda sağlanması,
- Kabul edilebilir değişimin sosyal ve çevresel sınırlarının aşılmaması,

- Fosil yakıt tüketimini azaltarak yerel hayatın kültürel çevreyle harmanlanan altyapı sağlanması.

2.1. Ekoturizm Eğitimi

Ekoturizm başarısı üç ana kavrama dayandırılmaktadır; çevrenin korunması, yerel kültürle ekonomisinin desteklenmesi ve eğitim (Sander, 2012). Ekoturizmde eğitim unsuru yerel halk için güçlenme kaynağı olarak (Zanotti ve Chernela, 2008) yer almasına rağmen ekolojik, ekonomik ve diğer sosyal faktörlerle kıyaslandığında çok daha az ilgi görmüştür.

Ekoturizm eğitiminin mesleki gelişim sağlamak amacıyla sadece turizm uygulayıcıları tarafından üstlenildiği düşünülse de ekoturizm eğitiminde asıl önemli rolü insanların çevresel sorumluluğu sağlamaya yönelik tutum ve davranışlarını değiştirerek çevreyi korumayı sağlayacak uzun vadeli bir strateji olarak kullanılmalıdır (Cheung ve Fok, 2014). Ekoturizm faaliyetlerini geliştirmek için yapılması gereken eylemlere karar verebilme yöntemi olarak da ele alınan ekoturizm eğitimleri ile farkındalık oluşturma, dış paydaşlarla iş birliği kurma ve ekoturizm sürecine dahil etme imkânı sağlaması gibi avantajlar da elde edilmektedir (Tohani, 2022).

Ekoturizm eğitimleri katılımcıların çevresel sorumlulukları konusundaki tutum ve davranışlarında gelişmeler sağlanması için bilgi düzeyinde artışın sağlanması olarak işleyiş gösterse de ilkökul ve orta okul düzeyinde ders dışı faaliyetler aracılığıyla çevre koruma konusunda farkındalık oluşturmaya yönelik planlamalar da söz konusu olabilmektedir (Cheung ve Fok, 2014). Bu eğitimlerin çevrenin korunması, yerel halkın refahının sağlanması, yerel kültürün korunması ve sürdürülebilir turizmle uyumlu bir şekilde gerçekleştirilmesi gibi unsurları içermesi beklenmektedir (Subramanian, 2021).

Yerel halka yönelik olarak uygulanan ekoturizm eğitimlerinde kültürel miras hakkında gelişim sağlamak için eğitim verilerek desteklemek gerekmektedir. Miras farkındalık atölyeleri, sanat organizasyonları, sanat kampları, geleneksel müzik alanında destek vermek gibi çeşitli kültürel miras alanlarında eğitim sağlanması (de Grosbois ve Fennell, 2022) ile sosyal, ekonomik ve kültürel açıdan desteklemesi beklenen ekoturizm faaliyetleri sayesinde yerel halkla olan etkileşim de daha kuvvetli hale gelecektir (Muriithi, 2013). Böylece yerel halkın ekoturizm sürecine dahil olma imkanı yakaladıklarında ekoturizme ilişkin

motivasyonları artacak ve katılımcı yaklaşım sağlanarak küçük işletmeciliğe ilişkin girişimler de artacaktır (Utama vd., 2023).

Yerel halkın yanı sıra ziyaretçilere de sürdürülebilir kalkınma aracı olarak ekoturizm faaliyetleri hakkında genel bilgilendirme yapılarak doğal alanların korunması hakkında bilgilendirmeler sağlanmaktadır (Holub, 2015). Ayrıca merkezi ve yerel yönetimlerin turizm ofislerine, seyahat acentalarına ve doğal çevrenin korunmasında yer alan diğer paydaşlara da çevre koruma, yerel gelenek, norm ve kültürlerin sürdürülebilirliğini sağlayacak eğitim planlaması yapılması gerekmektedir (Huang vd., 2023). Bu kapsamda Uluslararası Ekoturizm Topluluğu tarafından tahsis edilen Ekoturizm Ustalık Sınıfı Serisi Master Eğitimi ile turizm iş dünyası liderlerine, koruma ve geliştirme uzmanları ile turizm ve toplumsal kalkınmayla ilgilenen diğer sektör paydaşlarına yönelik ekoturizm alanında gelişim sağlanması amacı ile eğitim faaliyetleri uygulanmaktadır (Uluslararası Ekoturizm Topluluğu web sitesi²).

3. Yöntem

Çalışma kapsamında nitel araştırma yöntemlerinden birisi olan içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Metinlerde yer alan ifadelerdeki özel niteliklerin araştırmacıların niyetleri ve tutumlarına göre ele alınarak objektif ve sistematik şekilde çıkarımlarda bulunmak amacı ile ön plana çıkan içerik analizinde (Morris, 1994) Bos ve Tarnai (1999) modeli kullanılarak incelemeler yapılmıştır.

3.1. Araştırmanın amacı ve problemi

Çalışmanın amacı, Türkiye’de verilen ekoturizm eğitimlerinde yer alan konu başlıklarını ve içeriklerini saptayarak ekoturizm eğitimlerin odaklandığı unsurları tespit etmektir. Bu kapsamda eğitim programlarının tasarımında gelişmeler sağlanması çalışmanın önemini göstermekte olup çalışmada ele alınan problem cümleleri şu şekildedir;

- Ekoturizm eğitimlerinde en çok ele alınan konu başlığı nedir?
- Ekoturizm eğitimlerinde ön plana çıkan kurum ve kuruluş hangisidir?
- Ekoturizm eğitimlerinde en çok tercih edilen hedef kitle kimlerden oluşmaktadır?
- Ekoturizm eğitimleri en çok hangi ilde uygulanmaktadır?

3.2. Verilerin Toplanması

İnternet ortamında yer alan arama motoruna “ekoturizm eğitimi”, “ekoturizm farkındalık eğitimi”, “ekoturizm ve doğal yaşamı koruma eğitimi”, “ekoturizm sürdürülebilirlik eğitimi” ve “... ili ekoturizm eğitim” olarak 81 il teker teker araştırılarak ilgili anahtar kelimeleri yazılarak elde edilen 38 ekoturizm eğitimine ilişkin veriler içerik analizi yapılmak üzere veriler toplanmıştır.

Çalışma 04.01.2024-18.02.2024 tarihleri arasında internet ortamında elde edilen bulgulardan oluşmakla birlikte internet içeriğine yansıtılmayan ekoturizm eğitimleri çalışma kapsamına dahil edilmemiştir. Ayrıca Türkiye geneli basılı materyale ulaşmanın maliyet ve zaman zorluklarından dolayı veriler sadece elektronik olarak yer alan verilerle sınırlandırılmıştır.

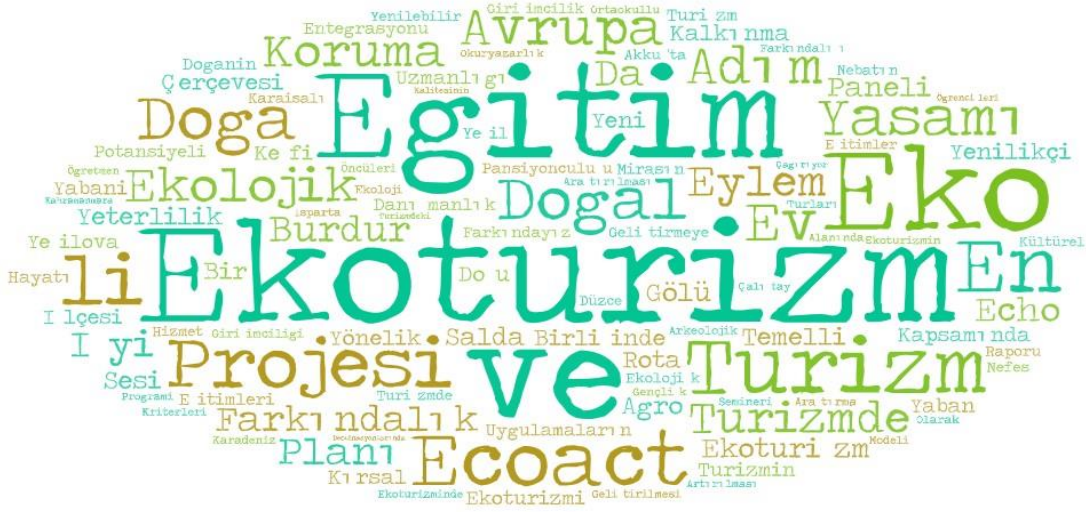
3.3. Verilerin Analizi

Elde edilen veriler eğitimin başlığı, eğitimi sağlayıcı paydaş, eğitim içeriği, eğitim süresi (saat), eğitim sonrası sertifika verilme durumları gibi araştırmacı tarafından oluşturulan başlıklar göz önüne alınarak sınıflandırılmıştır. Eğitim verilerini anlamlı hale getirmek için uygulanan sınıflandırmalar grafik ve tablo haline getirilerek frekans analizi yapılmıştır. Elde edilen verilere göre en sık kullanılan kelimeler Wordart programı ile kelime bulutu haline getirilmiştir.

Belirlenen anahtar kelimeler ile ekoturizmle ilgili eğitim içeriklerine ilişkin verileri toplanırken tekrarlı içerikler olduğu tespit edilmiştir. Farklı paydaşlar tarafından paylaşılan tekrarlı ve ortak eğitim içerikleri çalışmaya bir sefer dahil edilmiş olup eksik bilgiler diğer haber içeriklerinden temin edilse de tekrarlı haberler tek eğitim örnekleme olarak ele alınmıştır. Ayrıca eylem planı, rota oluşturulması, alanların gelişim projeleri sonuç raporları, basılı materyaller gibi ekoturizmle ilgili haber içeriklerine çalışma kapsamında yer verilmemiştir.

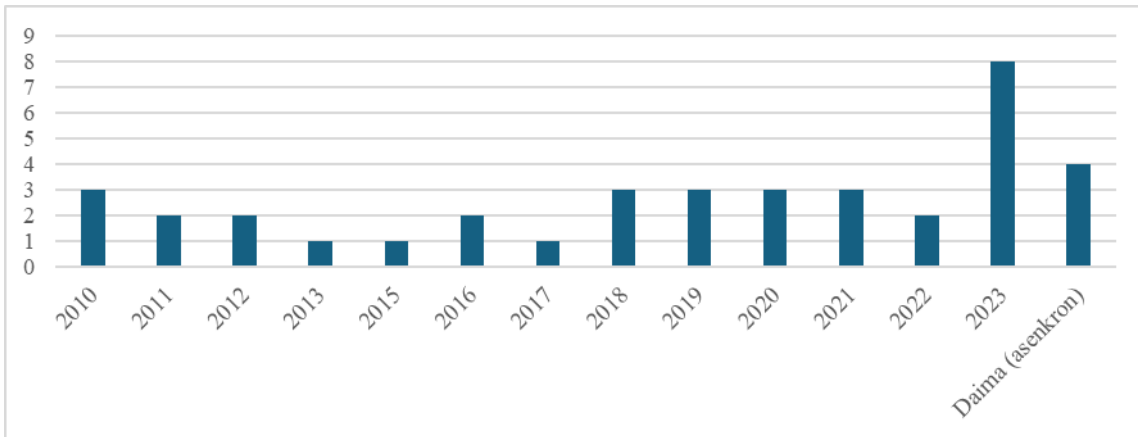
4. Bulgular

Ekoturizm eğitiminde yer alan içeriklerin odaklandığı unsurların tespit edilmesini amaçlayan çalışma kapsamında 38 eğitim ele alınmış olup söz konusu eğitimlerin içerdiği başlıklar sınıflandırılmıştır. Bu kapsamda ekoturizm eğitimlerinin başlıklarında yer alan ifadelere ilişkin veriler Şekil 1’deki şekliyle kelime bulutu haline getirilmiştir:



Şekil 1. Ekoturizm Eğitim Başlıklarına İlişkin Veriler

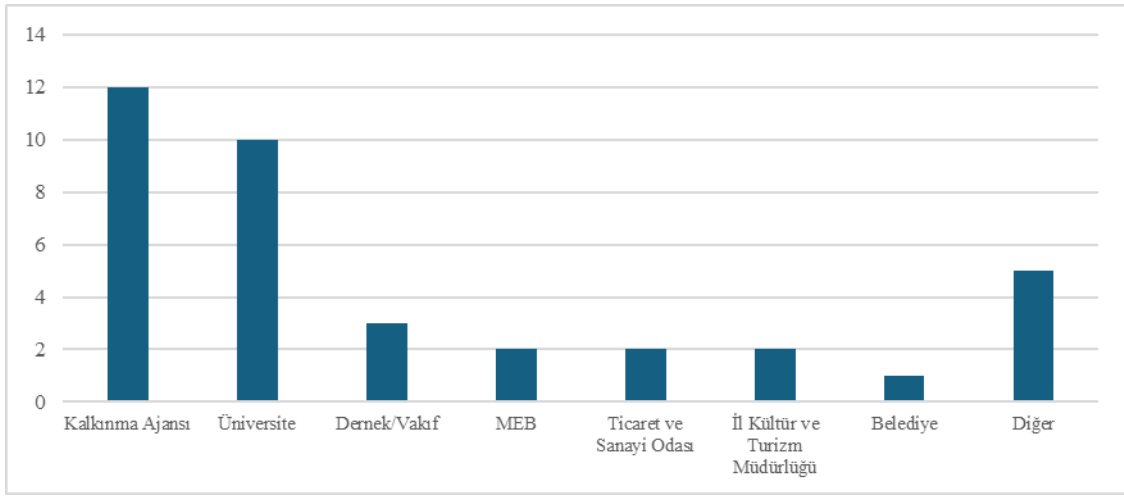
Ekoturizm eğitim başlıklarında “ekoturizm” kavramının 25 defa kullanılarak en çok yer alan ifade olduğu tespit edilmiştir. Bunu 19 kullanımla “eğitim”, 6 kullanımla “turizm” ve “proje” unsurları takip etmektedir. Ayrıca “eko”, “Avrupa”, “doğal”, “ekolojik”, “doğa” gibi birçok kavramın başlık olarak kullanıldığı görülmektedir. Buna ek olarak ekoturizm eğitimlerin gerçekleştirildiği yıllar incelendiğinde 2010 yıllarından itibaren ekoturizm eğitimi tespit edilmiş olup söz konusu eğitimlerin yıllara göre dağılımları Şekil 2’deki gibidir:



Şekil 2. Ekoturizm Eğitimleri Yıllara Göre Uygulanmasına İlişkin Veriler

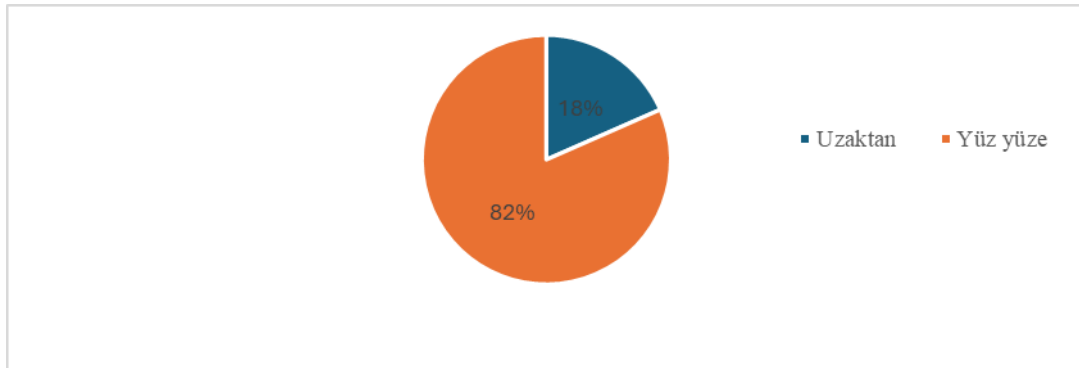
Yıllara göre incelenen ekoturizm eğitimlerinde en fazla eğitimin sekiz eğitim ile 2023 yılında gerçekleştirildiği görülmektedir. Dört eğitim asenkron eğitim şeklinde daima verilirken 2010 yılında üç adet, 2011 ve 2012 yıllarında ikişer adet ekoturizm eğitiminin

uygulandığı görülmektedir. Uygulanan eğitimlerin planlama ve uygulamasında bulunan kurum ve kuruluşlar incelendiğinde süreç kapsamında birçok paydaşın yer aldığı görülmekle birlikte eğitimin ana yürütücüsü temel alınarak sorumlu kuruluş tespiti için sınıflandırma yapılmıştır. Yapılan analiz doğrultusunda ekoturizm eğitimlerinin 12 tanesinin Kalkınma Ajansı tarafından yapıldığı görülmektedir. Bunu 10 eğitimle üniversiteler takip etmekle birlikte dernek/vakıf, belediye gibi birçok kurum ve kuruluşun ekoturizm eğitiminde yürütücü rolünde olduğu tespit edilmiştir:



Şekil 3. Ekoturizm Eğitimlerinin Yürütücülerine İlişkin Veriler

Ekoturizm eğitimlerinin gerçekleştirme şekli çalışma kapsamında incelenmiş olup Şekil 4’de yer aldığı üzere uzaktan ve yüz yüze şeklinde olarak iki farklı çeşitle uygulandığı tespit edilmiştir. Çalışmada ele alınan ekoturizm eğitimlerinin 31 tanesi (%82) yüz yüze gerçekleştirirken 7 tanesinin (%18) uzaktan gerçekleştirildiği görülmektedir.



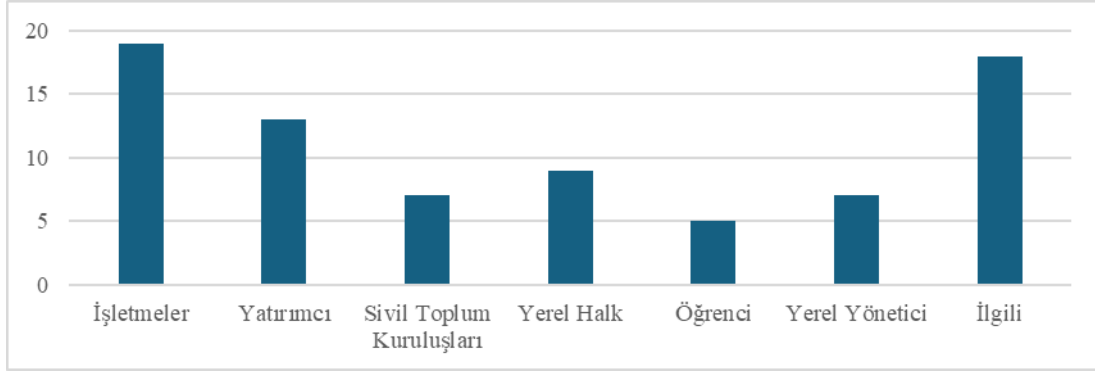
Şekil 4. Ekoturizm Eğitiminin Gerçekleşme Şekline İlişkin Veriler

Ekoturizm eğitimlerinin kapsadığı iller sınıflandırıldığında birbirinden farklı bölgelerde yer alan birçok ilin ele alındığı görülmektedir. Söz konusu sınıflandırmada 7 eğitimin (%18,4) Türkiye genelini kapsayan nitelikte bilgilerle donatıldığı tespit edilirken bunu 3 eğitim (%7,8) ile Artvin ilinin takip ettiği görülmektedir. Ayrıca Burdur, Çanakkale, Kastamonu ve Yalova illerinde 2 eğitimin (%5,2) uygulandığı ifade edilebilir (Bknz Tablo 1).

Tablo 1. Ekoturizm Eğitim İçeriğinde Yer Alan İllere İlişkin Veriler

Eğitimin İli	Sayı (n)	Yüzde (%)	Eğitimin İli	Sayı (n)	Yüzde (%)
Genel	7	18,4	Diyarbakır	1	2,6
Artvin	3	7,8	Düzce	1	2,6
Burdur	2	5,2	Giresun	1	2,6
Çanakkale	2	5,2	Gümüşhane	1	2,6
Kastamonu	2	5,2	Güney Ege	1	2,6
Yalova	2	5,2	Iğdır	1	2,6
Adana	1	2,6	Isparta	1	2,6
Antalya	1	2,6	İzmir	1	2,6
Aydın	1	2,6	Kahramanmaraş	1	2,6
Bartın	1	2,6	Kütahya	1	2,6
Batı Karadeniz	1	2,6	Muğla	1	2,6
Bolu	1	2,6	Ordu	1	2,6
Denizli	1	2,6	Tokat	1	2,6

Eğitimin içeriklerinin kapsadığı hedef kitleler açısından sınıflandırma yapıldığında 19 eğitimde “işletme”lerin eğitim hedefi olarak yer aldığı görülmektedir. Bunu 18 eğitimde “ilgililer” olarak genel tabir takip ederken 13 eğitimde “yerel halk”ın hedef kitle olarak tanımlandığı görülmektedir (Bknz Şekil 5).



Şekil 5. Ekoturizm Eğitimindeki Hedef Kitleye İlişkin Veriler

Ekoturizm eğitimlerinde yer alan konu başlıklarının sınıflandırılması da çalışma kapsamında ele alınmış olup 5 adet eğitimin içeriğine ilişkin herhangi bir bilginin yer almadığı tespit edilmiştir. Konu başlıklarına ilişkin içerik bilgisi bulunan 33 eğitimin 26'sında (%78,8) ekoturizm hakkında genel bilgilendirme yapıldığı görülmüştür. İçerik bilgisi bulunan Tablo 2'de yer alan eğitimlerin 21'inde (%63,6) ekoturizm alanlarında uygulanabilecek aktiviteler, 14'ünde (%42,4) ekoturizm işletmeciliğine yönelik bilgiler, 12'sinde (%36,3) farkındalık oluşturmak, 10'unda (%30,3) doğayı korumak, 9'unda (%27,2) ise yatırım imkânları ve sürdürülebilirlik gibi unsurların yer aldığı yer aldığı tespit edilmiştir.

Tablo 2. Ekoturizm Eğitim Başlıkları

Eğitim Başlıkları	Sayı (n)	Yüzde (%)	Eğitim Başlıkları	Sayı (n)	Yüzde (%)
Ekoturizm genel bilgilendirme	26	78,7	Yöresel ürün	4	12,1
Ekoturizm aktiviteleri	21	63,6	Tarım teşvikleri	3	9,0
İşletmecilik	14	42,4	Planlama	3	9,0
Farkındalık	12	36,3	Hedef kitle	3	9,0
Doğayı koruma	10	30,3	Tur planlaması	3	9,0
Yatırım	9	27,2	Pazarlama	3	9,0
Sürdürülebilirlik	9	27,2	Mevzuat	2	6,0
Dünyada ekoturizm örnekleri	7	21,2	İlkyardım	2	6,0
Örnek uygulama	7	21,2	Kalkınma	2	6,0

Kaynak değer	7	21,2	Fon teşvik	1	3,0
Yerel kültür	6	18,1	İzin ve ruhsat	1	3,0
Markalaşma	6	18,1	Kültürel miras	1	3,0
Ekoloji-çevre bilgisi	6	18,1	Atık yönetimi	1	3,0
Turizm coğrafyası	4	12,1			

Uygulanan ekoturizm eğitimlerinin bazılarında eğitim için ücret talebi yer aldığı kimisinin ise ücretsiz olarak sağlandığı görülmüştür. İlgili veriler sınıflandırıldığında ekoturizm eğitimlerinin 34 tanesinde ücret talep edilmezken dört eğitimde ise eğitim ücretinin yer aldığı tespit edilmiştir. Söz konusu ücreti talep edenler üniversite yürütücülüğünde olan eğitimler olmakla birlikte bir eğitimde ücret rakamı olarak belirtilmese de diğer üç eğitim içeriğinde 199 TL-400 TL aralığında fiyat bildirimini almaktadır. Ayrıca ekoturizm eğitimlerinin dokuzunda eğitim sonunda sertifika bulunmakla birlikte eğitimlerin sadece birinde ekoturizm kapsamında verilen eğitimlerin akabinde sınav olduğu belirtilmiş olup başarılı olma koşulu 50 puan olarak ifade edilmiştir.

5. Sonuç ve Öneriler

Türkiye'deki ekoturizm eğitimi hakkında çıkarımlar sağlanması amacı ile yürütülen çalışma kapsamında internet kaynağında ulaşılan 38 ekoturizm eğitimi incelenmiştir. Söz konusu eğitimlerde "ekoturizm" unsurunun en fazla kullanılan başlık unsuru olduğu tespit edilmiş olup bunu eğitim, turizm ve proje unsurlarının takip ettiği görülmektedir. Bu kapsamda ekoturizmin kavramsal çerçevesini özetleyen ve içeriğindeki temel unsurları yansıtan doğa temelli olma, korumayı sağlama, eğitim, sürdürülebilirlik, faydaların genele yayılması ve etik/sorumluluk/ farkındalık sağlama gibi ekoturizm ilkelerinin (Donohoe ve Needham, 2006) eğitim başlıklarına yeterince yansıtılmadığı görülmektedir.

Eğitimlerin yıllara göre uygulanma durumlarına bakıldığında eğitimlerin 2010 yılından itibaren yer aldığı tespit edilmiştir. İnternet ortamının günlük hayata ve iş platformlarına entegrasyonunun söz konusu yıllarda günümüzdeki gibi aktif olmadığı göz önüne alındığında 2010 yılı öncesi eğitimlere ilişkin bilgiye erişilememesini açıkladığı düşünülmektedir. Ayrıca ekoturizm eğitimlerinin en çok 2023 yılında yoğunlaştığı görülmektedir.

Ekoturizm eğitimlerinde çoklu paydaşların eğitim süreçlerinde yer aldığı görülse de çalışma kapsamında eğitimin yürütücülüğünü yapan ana paydaşlar incelenmiş olup Kalkınma Ajanslarının bu konuda öncü olduğu görülmüştür. Üniversitelerin bu sürece uzaktan gerçekleşen asenkron eğitim şeklinde katkı sağladıkları görülürken dernek ve belediye gibi farklı paydaşların da eğitimlerde yer aldıkları ifade edilebilir. Ekoturizm eğitimleri genel olarak yüz yüze verilmekle olup eğitim içeriklerinin ekoturizm hakkında genel bilgileri kapsayacak nitelikte olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ekoturizm eğitimlerinin uygulandığı il kapsamında değerlendirildiğinde Artvin ilinin ön planda olduğu görülmektedir. Ancak Türkiye Turizm Stratejisi (2023) kapsamında Göller Bölgesi Ekoturizm Gelişim Bölgesi olarak Konya, Isparta, Afyon ve Burdur illerini içermesinden dolayı söz konusu illerde ekoturizm eğitim sayısının yetersiz görüldüğü ifade edilebilir. Ayrıca eğitimin uygulandığı ilin sahip olduğu zenginliklerin tanıtımının yapılarak il kapsamındaki bilgilerin katılımcılara aktarıldığı da tespit edilmiştir.

Eğitimlerin kapsadığı hedef kitlenin işletmeler olduğu saptanmış olup yatırımcı ve ilgililer gibi farklı hedef kitlelerin de yer aldığı görülmektedir. Bu veri ışığında eğitim düzenleyicilerinin ekoturizm alanlarında girişimcilere ihtiyacı olduğu ve yerel halkın ekoturizm işletmeciliği faaliyetlerine entegrasyonu sağlanması amacı ile eğitim içerikleri düzenlendiği varsayımı ortaya çıkmaktadır.

Ekoturizm eğitimlerinin içeriklerine bakıldığında ekoturizm hakkında genel bilgilendirmelerin ön planda olmasından dolayı katılımcılara ekoturizm hakkında temel oluşturulmaya çalışıldığı düşünülmektedir. Ancak “kalkınma”, “sürdürülebilirlik”, “farkındalık” gibi ekoturizmi oluşturan temel ilkelerin yeterince kullanılmadığı tespit edilmiştir.

Ekoturizm eğitim içeriklerinde ekoturizm aktiviteleri ve işletmecilik içerikleri ile katılımcılara işletmecilik girişimi sağlamalarını teşvik etmelerini sağlamak adına planlama yapıldığı görülmektedir. Özellikle dünyada ve Türkiye’de ekoturizm örnekleri içeriği ile yaşanmış örnek olaylar üzerinden işletmeciliğe ilişkin fikir verilmesi amaçlandığı da söylenebilir. Ekoturizm destinasyonlarında sunulan kaliteli ekoturizm hizmetleri, turistlerin belirli bir hizmet veya ürün için ödeme yapma istekliliğine büyük katkı sağlamasından (Adesunloye ve Arowosafe, 2023) yola çıkarak eğitimle desteklenen işletmecilik faaliyetlerinin ekoturizm gelirlerini de artıracaklarını söylemek mümkündür. Bu kapsamda Sezen Doğancılı (2022)’nin

çalışmasında yükselen trendler arasında doğa tabanlı turizmin yer aldığını ve doğa turu, macera turu ve ATV turu gibi tur içeriklerin ön planda olduğundan bahsedilmesinden yola çıkarak güncel turizm trendlerine ilişkin araştırmalar yapılarak elde edilen bulgulara göre her il özelinde yapılabilecek aktivitelerin eğitiminin verilmesi önerilmektedir. Ayrıca ekoturizm gelişimi için turizm alanların yanı sıra biyolojik ve kültürel çeşitliliği korumasıyla sürdürülebilir toplum gelişimi sağlanması mümkün hale geleceği için (Uluslararası Ekoturizm Topluluğu web sitesi³) ekoturizm eğitim içeriklerinde biyolojik ve kültürel çeşitlilik bilgisi ve bu çeşitliliğin sürdürülebilir kullanımı gibi unsurlara ilişkin daha fazla konu başlığı ekleyerek ekoturizm eğitim tasarımının güncellenmesi önerilmektedir. Ayrıca misyonu kişilere nitelikli bilgi vermek olan üniversitelerin yürütücülüğünde olan eğitimlerin sayısının az olmasından dolayı özellikle yerel halkın ekoturizm konularında bilinçlenebilmesi için gerekli eğitim olanaklarını sağlamak için öncülük etmeleri önerilmektedir.

Kaynakça

- Adesunloye, D. T. and Arowosafe, F. C. (2023). Willingness of Tourists to Pay for Ecotourism Services in Selected Ecotourism Destinations in South-West, Nigeria. *Journal of Applied Sciences and Environmental Management*, 27 (12) 2701-2709.
- Aman, S., Rahimi, A., Qaderi, P., Аман, С., Рахими, А. М. and Кадирик, П. (2022). *Identification of Ecotourism Development Strategies in Afghanistan*, Национальная ассоциация ученых (НАУ), 85, 6-16. doi: 10.31618/NAS.2413-5291.2022.2.85.663.
- Bagri, S., Gupta, B. and George, B. (2009). Environmental Orientation and Ecotourism Awareness Among Pilgrims, Adventure Tourists, and Leisure Tourists. *Preliminary Communication*, 57(1), 55-68.
- Birleşmiş Milletler Çevre Programı Teknoloji, Sanayi ve Ekonomi Bölümü Üretim ve Tüketim Birimi (UNEP), (2024, Ocak). *Ekoturizm: Sürdürülebilirliğe Yönelik İlkeler, Uygulamalar ve Politikalar*, https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/9045/-Ecotourism_Principles,PracticesandPoliciesforSustainability-2002518.pdf?sequence=2#:~:text=Principles%20of%20Ecotourism,-%E2%80%A2%20Minimize%20the&text=harmony%20with%20the%20environment%2C%20minimizing,the%20natural%20and%20cultural%20environment, Erişim Tarihi: 22.01.2024.
- Bos, W. and Tarnai, C. (1999). Content Analysis in Empirical Social Research. *International Journal of Educational Research*, 31, 659-671.
- Bustam, T. D., Buta, N. and Stein, T. V. (2012). The Role of Certification in International Ecotourism Operators' Internet Promotion of Education. *Journal of Ecotourism*, 11(2), 85-101. doi: <https://doi.org/10.1080/14724049.2012.683005>.

- Cheung, L. T. and Fok, L. (2014). Assessing the Role of Ecotourism Training in Changing Participants' Pro-Environmental Knowledge, Attitude and Behaviour. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(6), 645–661. doi: <https://doi.org/10.1080/10941665.2013.797003>.
- Crețu, R.C. (2013), The Certification Systems in Ecotourism. *Scientific Papers Agricultural Management*, 15(4), 64.
- Crețu, R.C. and Ștefan, P. (2015). Sustainable Management Plan Applicable for Ecotourism Certification Systems. *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, 15 (2), 93-98.
- Das, M. and Chatterjee, B. (2015). Ecotourism: A Panacea or a Predicament?. *Tourism management perspectives*, 14, 3-16.
- de Grosbois, D. and Fennell, D. (2022). Sustainability and Ecotourism Principles Adoption by Leading Ecolodges: Learning from Best Practices. *Tourism Recreation Research*, 47(5-6), 483-498. doi:10.1080/02508281.2021.1875170.
- Demir, C. and Çevirgen, A. (2006). *Ekoturizm Yönetimi*. Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Diamantis, D. (1999). The Concept of Ecotourism: Evolution and Trends. *Current Issues in Tourism*, 2(2), 93-122.
- Donohoe, H. M. and Needham, R.D. (2006). Ecotourism: The Evolving Contemporary Definition, *Journal of Ecotourism*, 5(3), 192-210.
- Dragomir, L., Dobrescu, A. and Mazilu, M. (2020). Ecoturism Certification Systems in the Danube Cluster Area. *University of Craiova Series: Geography*, 21, 39-48.
- Holub, M. (2015). Ecotourism Certification Programs: Standards and Benefits. *Baltic Journal of Economic Studies*, 67-74. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2015-1-1-67-74>.
- Huang, C.-C., Li, S.-P., Chan, Y.-K., Hsieh, M.-Y. and Lai, J.-C. (2023). Empirical Research on the Sustainable Development of Ecotourism with Environmental Education Concepts. *Sustainability*, 15(13), 1-15. doi:<https://doi.org/10.3390/su151310307>.
- Iakovoglou, V., Zaimis, G. N., Bermúdez-Cañete, M. P. A., García, J. L., Giménez, M. C., Guerrero, C. C., Ioras, F. and Abrudan, I. (2015). Understanding and Enhancing Ecotourism Opportunities through Education. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 9(8), 2640-2644.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2024, Şubat). *Türkiye Turizm Stratejisi (2023)*. <https://www.ktb.gov.tr/TR-96696/turkiye-turizm-stratejisi.html> (Erişim Tarihi:07.02.2024).
- Morris, R. (1994). Computerized Content Analysis in Management Research: A Demonstration of Advantages & Limitations. *Journal of Management*, 20 (4), 903-931.
- Muriithi, J. K. (2013). Eco-certification and Insertion of Socioeconomic and Cultural Best Practices in Ecotourism Operations in Kenya, *International Journal of Humanities and Social Science*, 3 (5), 216-224.

- Orams, M. B. (1995). Towards a more Desirable form of Ecotourism. *Tourism Management*, 16 (1), 3-8.
- Ramchurjee, N. A. and Suresha, S. (2013). Ecotourism in Bagalkot District, Karnataka, India: An Assessment of the Inhabitants' Awareness Level and Attitudes. *International Journal of Environmental Sciences*, 3(6), 2278-2290. doi:10.6088/ijes.2013030600044.
- Samal, R. and Dash, M. (2023). Ecotourism, Biodiversity Conservation and Livelihoods: Understanding the Convergence and Divergence. *International Journal of Geoheritage and Parks* (11), 1-20. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2022.11.001>.
- Sander, B. (2012). The Importance of Education in Ecotourism Ventures: Lessons from Rara Avis Ecolodge, Costa Rica. *International Journal of Sustainable Society*, 4(4), 389. doi: <https://doi.org/10.1504/IJSSOC.2012.049408>.
- Sezen Doğancılı, O. (2022). Yükselişteki Destinasyonların Alternatif Turizm Kapsamında İncelenmesi: Tripadvisor Örneği, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 8(59): 2059-2069.
- Sezen Doğancılı, O. (2023). *Turizmde Güncel İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları*. Nobel Yayıncılık, Ankara
- Stronza, A.L., Hunt, C.A. and Fitzgerald, L.A.(2019). Ecotourism for Conservation?, *Annual Review of Environment and Resources*, . 44:229–253.
- Subramanian, S. (2021). Training People to Manage Ecotourism in Odisha during the Pandemic- A Qualitative study. *Wesleyan Journal of Research*, 14(1), 12-15.
- Thompson, E. S., Gillen, J. and Friess, D. A. (2018). Challenging the Principles of Ecotourism: Insights From Entrepreneurs on Environmental and Economic Sustainability in Langkawi, Malaysia. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(2), 257–276. doi: <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1343338>.
- Tohani, E. (2022). Women's Awareness Raising in the Development of Ecotourism: Evidence from Glugut. *Journal of Socioeconomics and Development*, 5(2), 140-152. doi: <https://doi.org/10.31328/jsed.v5i2.3681>.
- Uluslararası Ekoturizm Topluluğu¹, (2024, Şubat). <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism>, Erişim Tarihi:07.02.2024.
- Uluslararası Ekoturizm Topluluğu², (2024, Şubat). <https://ecotourism.org/ecotourism-master-class-series/>, Erişim Tarihi:07.02.2024.
- Uluslararası Ekoturizm Topluluğu³, (Şubat, 2024). <https://the-international-ecotourism-society.teachable.com/p/introduction-to-ecotourism> , Erişim Tarihi: 07.02.2024.
- Utama, I. G. B. R., Junaedi, I. W. R. and Krismawintari, N. P. D. (2023). The Bali Ecotourism Destination Management to Create Local Small Business. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 18(11), 3439-3447. doi: <https://doi.org/10.18280/ijstdp.181109>.

- Üzülmez, M., İştin, A. E. and Barakazı, E. (2023). Environmental Awareness, Ecotourism Awareness and Ecotourism Perception of Tourist Guides. *Sustainability*, 15(16), 1-20. doi: <https://doi.org/10.3390/su151612616>.
- Walsh, T. and George, B. (2019). The Ecotourism Principle- Practice Divide: Factors that Limit the Applicability of Ecotourism Principles into Practice. *Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)*, 8(2), 170-198. doi: <http://periodicos.uern.br/index.php/turismo>.
- Weerasekara D. and Assella P. (2023). The Effect of Motivations on Ecotourism Intention and Willingness to Pay Premium for Ecotourism: A Conceptual Paper. *International Journal of Contemporary Business Research*, 2(1), 164-192.
- Wight, P. A. (2002). Supporting the Principles of Sustainable Development in Tourism and Ecotourism: Government' s Potential Rol. *Current Issues in Tourism*, 5(3-4), 222-244.
- Zanotti, L. and Chernela, J. (2008). Conflicting Cultures of Nature: Ecotourism, Education and the Kayapó of the Brazilian Amazon. *Tourism Geographies*, 10(4), 495-521. doi: <https://doi.org/10.1080/14616680802434114>.

Etik Kurul İzni

Araştırmada ikincil veriler kullanılarak içerik analizi yapıldığı için etik kurul iznine gerek duyulmamıştır.

Katkı Oranı Beyanı

Makale tek yazarlı olarak yapılmıştır.

Çıkar Çatışması Beyanı

Makale tek yazarlı olduğu için yazar herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.

EXTENSIVE SUMMARY

Content Analysis for Ecotourism Education

Olca SEZEN DOĞANCILI

Sinop University, Faculty of Tourism

The Department of Tourism Guidance

Protection of natural resources is possible by reducing the carbon footprint with ecotourism activities that improve the living conditions of local people by providing livelihoods. (Samal and Dash, 2023). Ecotourism activities, which are also seen as an element of sustainable development, provide a balanced approach between the protection of ecotouristic areas and economic growth, providing profitable growth for society, tourism industry, government and tourists (Huang et al., 2023).

Since ecotourism areas are sensitive natural areas and cultural environments, some ecotourism principles should be introduced in tourism activities by taking into account the carrying capacity and sensitivity (Demir and Çevirgen, 2006). In this context, the principles that should be applied in ecotourism are listed as follows (Cretu and Ştefan 2015; Cretu, 2013):

- Focusing on natural areas,
- Interpretation of the ecotouristic product,
- Ensuring the principle of resilience,
- Contributing to the protection of nature,
- Contributing to the development of local communities,
- Maintaining the satisfaction level of tourists,
- Using appropriate marketing methods.

Although ecotourism education is thought to be undertaken only by tourism practitioners to provide professional development, its main role in ecotourism education is to be used as a long-term strategy to protect the environment by changing people's attitudes and behaviors to

ensure environmental responsibility (Cheung and Fok, 2014, p. 645). Ecotourism trainings, which are also considered as a method of deciding on the actions to be taken to improve ecotourism activities, also provide advantages such as raising awareness, establishing cooperation with external stakeholders and providing the opportunity to include them in the ecotourism process (Tohani, 2022).

The aim of the study is to determine the topics and contents of ecotourism trainings in Turkey and to identify the elements that ecotourism trainings focus on. In this context, 81 provinces were searched one by one as "ecotourism training", "ecotourism awareness training", "ecotourism and natural life protection training", "ecotourism sustainability training" and "x province ecotourism training" and the data obtained by typing the relevant keywords were recorded for content analysis. The data obtained were classified according to the title of the training, the stakeholder providing the training, the content of the training, the duration of the training (hours), and the status of post-training certificates. In order to make the training data meaningful, the classifications applied were analyzed graphically and tabulated and frequency analysis was performed.

It was determined that the concept of "ecotourism" was the most frequently used expression in ecotourism training titles with 25 uses. This is followed by "education" with 19 uses, "tourism" and "project" with 6 uses. In addition, it is seen that many concepts such as "eco", "European", "natural", "ecological", "nature" are used as titles. However, it can be stated that the basic principles of ecotourism such as "development", "sustainability" and "awareness" are not used sufficiently. In addition, when the years of ecotourism trainings are examined, ecotourism trainings have been identified since 2010.

When the provinces covered by ecotourism trainings are classified, it is seen that many provinces in different regions are covered. In this classification, it is seen that 7 trainings (18.4%) were equipped with information covering Türkiye, followed by Artvin province with 3 trainings (7.8%). In addition, it can be stated that 2 trainings (5.2%) were implemented in Burdur, Çanakkale, Kastamonu and Yalova provinces.

The classification of the topics included in ecotourism trainings was also examined within the scope of the study and it was determined that there was no information on the content of 5 trainings. It was observed that general information about ecotourism was provided in 26

(78.8%) of the 33 trainings with content information on the topics. It was determined that 21 (63.6%) of the trainings in Table 2 with content information included activities that can be applied in ecotourism areas, 14 (42.4%) included information on ecotourism management, 12 (36.3%) included raising awareness, 10 (30.3%) included protecting nature, and 9 (27.2%) included elements such as investment opportunities and sustainability.

Although it is seen that multiple stakeholders are involved in the process in ecotourism trainings, the main stakeholders who carry out the training within the scope of the study were examined and it was seen that Development Agencies are the pioneers in this regard. While it is seen that universities contribute to this process in the form of asynchronous distance education, it can be stated that different stakeholders such as associations and municipalities also take part in trainings. In addition, since the number of trainings led by universities, whose mission is to provide qualified information to people, is low, it is recommended that they should take the lead in providing the necessary training opportunities to raise awareness of local people on ecotourism issues.

Lüks Kampçılık (Glamping) Turizmine Yönelik Bir Alanyazın İncelemesi

(A Literature Review on Luxury Camping (Glamping) Tourism)

Caner YENİSOY^{a*}

Selma MEYDAN UYGUR^b

^a AHBV Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Ankara-Türkiye
(caner.yenisoyi@hbv.edu.tr), <https://orcid.org/0009-0008-1585-6780>

^b AHBV Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Ankara-Türkiye
(selma.meydan@hbv.edu.tr), <https://orcid.org/0000-0001-7665-1131>

MAKALE GEÇMİŞİ

Geliş Tarihi (Received):

19.04.2024

Kabul Tarihi (Accepted):

02.06.2024

Anahtar Kelimeler:

Glamping,
Glamping turizmi,
Lüks kampçılık,
Kamping,
Alanyazın incelemesi

Keywords:

Glamping,
Glamping tourism,
Luxury camping,
Camping,
Literature review

Makalenin Türü: Derleme Makale

*Sorumlu Yazar: Caner YENİSOY

E posta: caner.yenisoy@hbv.edu.tr

Öz

Lüks kampçılık turizmi, doğayla iç içe olma deneyimini lüks ve konforla birleştirerek modern gezginlerin doğaya olan ilgisini artırmaktadır. Aynı zamanda, sürdürülebilir turizmi destekleyerek çevresel bilincin gelişimine katkıda bulunmaktadır. Çalışmada *Web of Science* veri tabanında yer alan "glamping ve turizm" anahtar kelimelerinin birlikte kullanıldığı çalışmalar incelemeye alınmıştır. Yapılan çalışmaların taranması 21.01.2024 tarihine kadar sürmüştür. Yapılan çalışmaların lüks kampçılık turizmine ilişkin olup olmadığını tespit edebilmek amacıyla özet ve yöntem bölümleri okunarak değerlendirme yapılmıştır. Araştırma sonucunda 28 çalışma araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Alanyazın taraması sonucunda konuya ilişkin ilk çalışmanın 2013 yılında yayımlandığı görülmektedir. En fazla çalışmanın "Tourism in Southern and Eastern Europe" ve "Journal of Outdoor Recreation and Tourism" Dergisinde yayımlandığı saptanmıştır. 2023 yılında konuya ilişkin yayımlanan çalışma sayısının daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte en çok çalışma yapılan konunun Covid-19 ile bağlantılı olduğu saptanmıştır. Elde edilen bulgulardan yola çıkarak gelecek çalışmalar için çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

Abstract

Luxury camping tourism increases modern travelers' interest in nature by combining the experience of being in touch with nature with luxury and comfort. At the same time, it contributes to the development of environmental awareness by supporting sustainable tourism. The study aims to reveal the development of the literature on the subject by presenting a comprehensive analysis of the studies on luxury camping tourism in the Web of Science database with the literature review method, one of the qualitative research methods. In the study, the studies in the Web of Science database where the keywords "glamping and tourism" were used together were analyzed. The review of the studies lasted until 21.01.2024. In order to determine whether the studies were related to luxury camping, the abstract and method sections were read and evaluated. As a result of the research, 28 studies were included in the scope of the research. As a result of the literature review, it is seen that the first study on the subject was published in 2013. It was determined that the most studies were published in Tourism in Southern and Eastern Europe and Journal of Outdoor Recreation and Tourism. In 2023, it was determined that the number of studies published on the subject was higher. In addition, it was found that the most studied topic was related to Covid-19. Based on the findings, various suggestions have been developed for future studies.

Makalenin Künyesi: Yenisoy, C. & Meydan Uygur, S. (2024). Lüks Kampçılık (Glamping) Turizmine Yönelik Bir Alanyazın İncelemesi, *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi* 27 (1), 106-122.

DOI: <https://doi.org/10.55931/ahbvtd.1470693>

1. Giriş

Turizm sektörü, küresel çapta her geçen gün büyüyen ve gelişen bir sektördür (Doğan, Ceylan ve Tekin, 2015; Olcay ve Turhan, 2017). Günümüzde yaşanan mevcut gelişme ve olaylardan en yoğun şekilde etkilenen endüstrilerden biri konumundadır. At arabaları ile seyahat edilen ve hanlarda gerçekleştirilen konaklama günlerinden uçaklar ile yapılan seyahatlere ve teknolojik donanımlara sahip otel odalarında gerçekleştirilen konaklama günlerine kadar olan süreçte yaşanan bütün gelişmeler, çeşitli etmenlerin etkisiyle ortaya çıkmış ve ilerlemiştir (Gök ve Özhasar, 2023). Turizm sektöründe yaşanan bu gelişmelerden en önemlisi ise 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren popülerliği hızla artmış olan deniz-kum-güneş turizminin 21. yüzyıla gelinmesiyle birlikte popülerliğini yitirmeye başlamasıdır (Düzgün, 2021). 21. yüzyılın sonlarında gerçekleşen teknolojik ilerlemelerin ve bireylerin gelir düzeylerinde yaşanan değişimlerin yanı sıra, sürdürülebilir turizm bilincinin ve çevreye olan duyarlılığın artması gibi sebeplerden dolayı bireylerin turizm faaliyetlerine olan yönelimleri değişmeye başlamıştır (Demir ve Demircioğlu, 2023).

Son zamanlarda bireyler, yaşanan bu gelişmeler ve değişimler sebebiyle deniz-kum-güneş üçlüsü olarak bilinen kitle turizminin yanı sıra alternatif turizm türlerine yönelmektedirler (Düzgün, 2021). Bireyler artık popüler turistik destinasyonlara gidip büyük otel işletmelerinde konaklamak yerine şehirlerin merkezi yerlerinden uzakta kırsal bölgelerde yer alan ve doğayla bütünleşmiş küçük otel işletmelerini tercih etmektedirler (Boscoboinik ve Bourguard, 2012). Bu bilgiler ile ilişkili olarak son yıllarda kampçılık, diğer alternatif turizm türlerine göre daha ucuz konaklama fırsatları sunmasının yanı sıra doğa ile bütünleşme fırsatı da sunmasından dolayı bireyler tarafından sıklıkla tercih edilen alternatif bir turizm türüdür (Gök ve Özhasar, 2023). Genellikle ekonomik olması ve insanların konaklama, yeme-içme gibi faaliyetlerini kendi imkânlarına bağlı olarak gerçekleştirdiği bu turizm türü, genç ve yaşlı çiftler, aileler, bekârlar veya gruplar gibi birçok türden insanı kendine çekmektedir (Andrey, Galera, Cabido ve Wu 2014). Kampçılık, bir açık hava rekreasyon faaliyeti olarak hem aktivite hem de konaklama olanağını eş zamanlı olarak sunan bir turizm faaliyeti olarak tanımlanabilir (Urdal ve Uğurlu, 2016; Brochado ve Pereira, 2017; Gök ve Özhasar, 2023; Ceylan, 2023). Organize bir şekilde düzenlenen ilk kamp deneyimi Amerika

Birleşik Devletleri’nde 1861 yılında gerçekleştirilmiştir. Yine 1874 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde ilk tatil amaçlı kampların gerçekleştiği görülmektedir. İlk özel kamp 1876 yılında, bütün hedef kitleye yönelik kamplar 1885 yılında, ilk genç erkekler kampı 1900 yılında gerçekleştirilmiştir. Thomas Hiram Holding tarafından 1908 yılında kampçılık ile ilgili ilk el kitabı yazılmıştır. Alan S. Williams tarafından 1910 yılında Amerikan Kamp Yöneticileri Derneği (CDAA- Camp Directors Association of America) kurulmuş ve 2004 yılında ise Amerikan Kamp Derneği (ACA- American Camp Association) olarak ismi değiştirilmiştir. İlk kızlar kampı 1912 yılında gerçekleştirilmiştir. Gençlik Kampları Birliği 1941 yılında kurulmuştur. İlk kez kamp standartlarından 1948 yılında bahsedilmiştir. İlk kez 1996 yılında akredite olmuş kamp alanlarında konaklama faaliyetinde bulunmak için bir miktar ödeme yapılması kararlaştırılmış olup 1997 yılından itibaren ise kampçılık ile ilgili akademik araştırmalar hız kazanmaya başlamıştır (Topay ve Koçan, 2009; Gök ve Özhasar, 2023). Kampçılık faaliyetlerinin ortaya çıkışından günümüze kadar olan bu süreçte yaşanan değişimler ve gelişimler sonucunda kampçılık kendi içerisinde türlere ayrılmış ve doğada geçirilen zaman dilimi giderek yeni bir trend oluşturmuştur. Bahsedilen bu trend lüks kampçılıktır (Liberato, Coelho ve Liberato, 2020).

Geleneksel kampçılık genellikle “yoksul turizmi” olarak klişeleştirilmiştir fakat öncelikle doğada saf keyif, sadelik ve çevreye karşı incelikli bir duyarlılıkla karakterize edilen bir yaşam tarzıdır. Geleneksel kampçılık, turistlerin doğada vakit geçirme ihtiyacını her zaman karşılamıştır (Petruša ve Vlahov, 2019) fakat böcekler, çadırda konaklama, yeme-içme sorunları, vahşi hayvanlar ve konfordan yoksun olması gibi sebeplerden dolayı çoğu insan için kabul edilebilir bir turizm faaliyeti değildir (Bonifačić, Milohnić ve Cerović, 2017). Bu nedenle sürdürülebilir turizm gelişimine, turistik destinasyonların tanıtımına, destinasyondaki konaklama kalitesinin seviyesinin yükseltilmesine ve yüksek seviyede konfor sağlayarak geleneksel kampçılığın olumsuz yanlarının azaltılmasına katkıda bulunan lüks ve konforu eş zamanlı olarak sunan doğa temelli bir alternatif turizm çeşidi olan lüks kampçılık gelişmeye başlamıştır (Petruša ve Vlahov, 2019).

Lüks kampçılık, turistler için popülerliği artan bir turizm eğilimi olmasının yanı sıra bilimsel araştırmalarda da popülerliği artan bir kavramdır. Alanyazında lüks kampçılık turizmi ile ilgili birçok bilimsel çalışma (Boscoboinik ve Bourguard, 2012; Bonifačić

vd., 2017; Brochado ve Pereira, 2017; Filipe, Santos ve Barbosa, 2018; Vrtodušić Hrgović, Bonifačić ve Licul, 2018; Brochado ve Brochado, 2019; Petrusa ve Vlahov, 2019; Vrtodušić Hrgović, Bonifačić ve Milohnić, 2019; Milohnić, Bonifačić ve Licul, 2019; Menshikov, Kuznetsova, Korobchenko, Golubchikov ve Arpentieva, 2020; Adamovich ve Nadda, 2020; Dorofeeva, 2020; Lyu, Kim ve Bae, 2020; Craig ve Karabaş, 2021; Craig, 2021; Adamovich, Nadda, Kot ve Ul Haque, 2021; Eremić, 2021; Gross, Culemann, Rebbe ve Berger, 2023) mevcuttur ve bu çalışmalar veri tabanlarında yayımlanmaktadır. Çalışmanın amacına uygun olarak Web of Science (WoS) veri tabanında yer alan çalışmalar incelemeye alınmıştır. WoS, görece saygın bir atıf dizini olarak görülmesinden dolayı, araştırmacılar tarafından alanyazın incelemesi için sıklıkla tercih edilen bir veri tabanıdır. Buradan hareketle araştırmada, lüks kampçılık turizmine ilişkin yapılan çalışmaların nitel araştırma yöntemlerinden literatür incelemesi yöntemi ile kapsamlı bir analizini sunarak konuya ilişkin alanyazın gelişiminin ortaya konulması amaçlanmıştır. Ayrıca bir diğer amaç ise lüks kampçılık turizmine ilişkin farklı çalışma konularının belirlenmesine olanak sağlamaktır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Lüks Kampçılık (Glamping) Turizmi ve Lüks Kampçı (Glamper)

Kavramı

Glamping kavramı, “glamorous” ve “camping” kelimelerinin birleşiminden oluşan İngilizce kökenli bir kelimedir (Ergüven, Yılmaz ve Kutlu, 2015; Brochado ve Pereira, 2017; Gross vd., 2023). Glamorous, “ihtişamlı”, “büyüleyici”, “göz alıcı” anlamına gelirken, camping ise kamp yapmak anlamına gelmektedir (Brochado ve Pereira, 2017) ve alanyazında “lüks kampçılık” ismiyle anılmaktadır (Aksöz, Önem ve Aydın, 2020). Glamping, “posh kamp”, “görmeli kamp”, “rahat kamping” ve “butik kamping” gibi farklı isimler ile de anılmaktadır (Gök ve Özhasar, 2023). Alanyazın incelendiğinde lüks kampçılığa ilişkin birçok tanım yapıldığı görülmektedir. Lüks kampçılık, “bireylerin yaşadıkları yerlerden uzaklaşma ve doğa ile iç içe olma isteği ile başlayan, gidilen destinasyonda otel imkânlarının doğaya taşınarak doğa sever turistlerin lüks konaklama hizmetinin yanında yüksek kaliteli hizmet ve yiyecek-içecek hizmetlerini de alabildiği ayrıca sürdürülebilirlik kapsamında macera ve yenilenme-iyi hissetme gibi rekreasyonel turizm faaliyetlerine katılmalarının da mümkün olduğu bir turistik ürün

çeşididir” (Çepur ve Dalgıç, 2022). Lüks kampçılık kavramına ilişkin alanyazında yer alan tanımlardan bazılarını Tablo 1’de yer verilmiştir.

Tablo 1. Lüks Kampçılık Kavramının Tanımları

Yazar(lar)	Tanım	Anahtar Kelimeler
Ahn ve Lee, 2015	Doğanın ve lüksün bir kombinasyonudur fakat geleneksel kampçılığın otantik değerlerini zayıflattığı için eleştirilere maruz kalan bir turizm türüdür	<ul style="list-style-type: none">• Doğa ve lüksün bir birleşimi• Geleneksel kamp konseptinin seyreltilmesi
Brochado ve Pereira, 2017	İşletmecilerin konforlu konaklamayı açık hava deneyimiyle birleştirerek yenilikçi bir şekilde kombinelediği, açık hava ve kapalı mekân misafirperverliğini birleştiren bir konaklama şeklidir	<ul style="list-style-type: none">• Açık ve kapalı misafirperverliği birleştiren bir konaklama şekli• Açık hava deneyimi ile konforlu konaklama kombinasyonu
Adamovich vd., 2021	Lüks kampçılık, özel olarak hazırlanmış tesislerde (çadırlar, ağaç evler gibi) doğayla doğrudan temas ve konaklama imkânı sunan, bir açık hava etkinliğidir; geleneksel kampçılıktan daha fazla konfor, donanım özellikleri, ek hizmet ve aktivite seçenekleri sunar	<ul style="list-style-type: none">• Doğada (ve doğrudan erişimi olan) boş zaman etkinlikleri• Eşsiz konaklama• Geleneksel kampçılığa göre daha fazla konfor, ekipman, ek hizmet ve aktivite seçenekleri

Kaynak: Gross vd., 2023.

Bu bağlamda lüks kampçılık hem kamp yapmanın verdiği özgürlüğü hem de modern bir konaklama işletmesinin sağladığı konforu eş zamanlı olarak sunmasından dolayı kamp yaşamından hoşlanmayan bireyler için bile ilgi uyandıran yeni bir turizm eğilimi olarak görülmektedir. Bu yeni turizm eğilimine katılan bireylere ise “lüks kampçı” adı verilmektedir. Lüks kampçı adı verilen ziyaretçilerin eğitim ve gelir düzeylerinin yüksek olduğu ve çevresel sürdürülebilirlik bilincine sahip oldukları bilinmektedir (Ergüven vd., 2015). Lüks kampçı kitlesinin özellikleri, diğer turizm türlerindeki

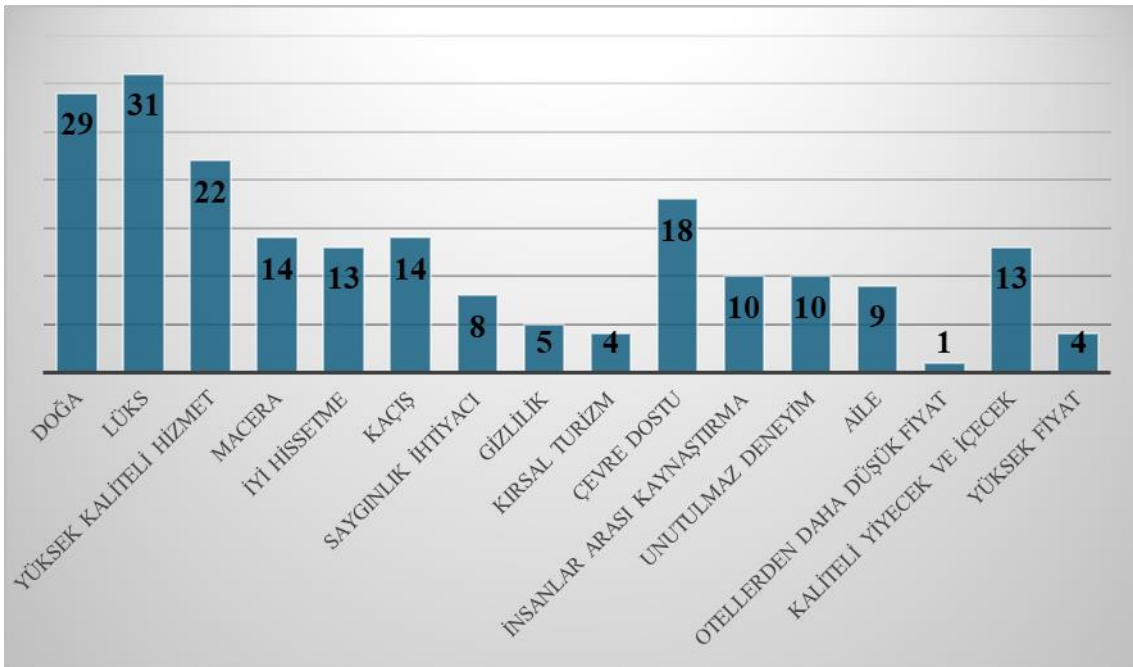
ziyaretçi kitlelerine göre birtakım farklılıklar içermektedir. Lüks kampçı kitlesinin temel özellikleri aşağıda sıralanmıştır (Göktaş ve Kızılırmak, 2017);

- Yüksek gelire sahip bireyler,
- Çiftler ve aileler,
- Sağlıklı ve Sürdürülebilir Yaşam Tarzını benimseyenler, Lifestyle of Health and Sustainability (LOHAS),
- 50 yaş üstü bireyler,
- Lüks ve konfor koşulları içerisinde kamp yapmak isteyenler,
- Kamp kurmak için gerekli olan donanımı sağlamak istemeyenler,
- Çocuklarıyla kamp yapmak isteyip aynı zamanda çocuklarının güvende olmasını isteyenler,
- Klasikleşmiş otel tatillerinden uzaklaşarak doğayla iç içe huzurlu bir tatil geçirmek isteyenler.

Lüks kampçılık bireylere doğanın çekiciliğini 5 yıldızlı otel konaklamalarındaki gibi lüksü ve konforu bir arada sunarak muhteşem deneyimler yaratır. Bu turizm türü lüks kampçı olarak adlandırılan turistlere çok sayıda deneyimleyebilecekleri muhteşem fırsatlar sunarken çevrenin sürdürülebilirliği açısından da tedbirler almaktadır. Lüks kampçılara sunulan gıdaların el yapımı ve doğal nitelikte olmasına, ayrıca kullanılan malzemelerin geri dönüştürülebilir nitelikte olmasına özen gösterilmektedir. Bu sürdürülebilir ve yüksek kaliteli yaklaşım, lüks kampçılık deneyimini daha da cazip hale getirmekte ve bu da küresel çapta bu tür kampçıların sayısının artmasına yol açmaktadır. Lüks kampçılığı tercih eden bireylerin sayısında yaşanan bu artış, kamp işletmelerini de lüks kamplara yöneltmeye teşvik etmektedir (Üstün, Boyalı, Önal ve Demirci, 2022). Lüks kamp tesislerinin sayısında yaşanan artış ise lüks kampçılık turizminin belirleyici özelliklerinin ortaya konulmasını ve ülkemizde yasal bir düzenlemenin gerekliliğini ortaya çıkarmıştır.

2.2. Lüks Kampçılık Turizminin Belirleyici Özellikleri

Sakáčová 2013 yılında, 34 lüks kamp tesisinin web sitesini inceleyerek lüks kampçılık turizminin belirleyici özelliklerini ortaya koymuştur (Bkz. Şekil 1). Seyahat acentelerinin lüks kampçılık turizmi için öne sürdüğü nitelikler arasında, doğa, lüks, yüksek kaliteli hizmet ve çevre dostu kelimelerinin öne çıktığı görülmektedir. “Doğa” terimi, doğayla yakınlık, doğal çevrenin dokunulmamlılığını deneyimleme ve vahşi yaşamla bağlantıyı içermektedir. Genellikle, ulaşımı zor olan olağanüstü doğal alanlar kastedilmektedir. Lüks kampın temel fikri, konforu benzersiz yerlerle birleştirmektir. “Lüks” terimi, spa, masaj, modern banyo, yüksek kaliteli yataklar ve çamaşırhane gibi hizmetleri içermektedir. “Çevre dostu” terimi ise yenilenebilir enerji, hormonsuz yiyecekler ve mutfak atıklarından kompost üretimi gibi çevre dostu uygulamaları kapsamaktadır. Bu özellikler göz önüne alındığında, lüks kampçılık şu şekilde tanımlanabilir: Bireylerin doğadan uzaklaşma ve doğayla iç içe olma isteğiyle başlayan, lüks konaklama imkanının yanı sıra yüksek kaliteli hizmetler ve yiyecek-icecek seçenekleri sunan, ayrıca sürdürülebilirlik kapsamında macera ve yenilenme gibi rekreasyonel turizm faaliyetlerine katılma olanağı sağlayan bir turistik üründür (Önem, 2019).



Şekil 1. Lüks Kampçılık Turizminin Belirleyici Özellikleri
Kaynak: Önem, 2019.

2.3. Lüks Çadır Tesisleri Nitelikler Yönetmeliği

Yönetmeliğin amacı, “lüks çadır tesislerinin yüksek kalite standartlarında planlı ve kontrollü gelişiminin sağlanmasına ilişkin usul ve esasları düzenlemektir” (www.resmigazete.gov.tr). Yönetmelikte, lüks çadır ve lüks çadır tesislerine ilişkin genel niteliklerin belirlendiği 5. madde yer almaktadır. Bu maddeye göre, söz konusu tesislerin faaliyet gösterebilmesi için Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan turizm işletme belgesi alması ve bu yönetmelikte belirlenen genel nitelikleri taşıması gerekmektedir. Lüks çadır tesislerinin genel nitelikleri aşağıda özetlenmiştir (www.resmigazete.gov.tr; Ceylan, Serçek ve Ceylan, 2023);

- Tesis içinde yer alacak tüm kapalı birimlerin, temelsiz olarak ahşap platform üzerine kurulması gerekmekte olup bu kurulum sürecinde çevreye minimal müdahalede bulunulmalıdır. Bu yaklaşım doğaya ve ekosisteme uyumlu olmalı ve çevreye zarar vermeyen çadır malzemelerinin kullanılması esastır.
- Tesis içinde bulunan çadırların malzemeleri yangına dayanıklı olmalı, su ve ses yalıtımı sağlamalıdır. Ayrıca, iç mekân tasarımında ve dekorasyonda yüksek kaliteli malzemeler tercih edilmelidir.
- Tesislerin ormanlık alanlarda kurulması durumunda, ağaç rölöve planı hazırlanması zorunludur ve kurulum sırasında ağaç kesimi kesinlikle yapılmamalıdır. Tesislerin bulunduğu alanda çevre düzenlemesi yapılırken, doğal dokuya uyum sağlamak amacıyla tuğla, çimento, beton, asfalt, seramik ve plastik gibi malzemeler kullanılmamalıdır. Çevre düzenlemelerinde kullanılacak ekipmanlar, metal ve/veya ahşap malzemeden imal edilmelidir.
- Odalarda teknik standartlara uygun olarak genel aydınlatma, gece lambası, ısıtma-soğutma sistemi, prizler, yatak, kişi başına yastık, çarşaf, yastık kılıfı, iklim şartlarına uygun pike veya yorgan, başucu sehpa veya benzeri düzenlemeler, makyaj masası, elbise dolabı, minibar, sıcak içecek hazırlama servisi/ikram malzemeleri, atık biriktirme ekipmanları, kıymetli eşya kasası gibi ekipmanlar bulunmalıdır. Tesis içindeki birimlere, odalarda ve banyolarda bulunan ekipmanların kullanımı ile ilgili bilgilendirme sağlanmalıdır. Ayrıca, oda servisi hizmeti sunulmalıdır.
- Tesislerdeki açık alanların kullanımı düzenlenirken, geçirgen zemin ekipmanları ve gölgelikler tercih edilebilir.

- Konaklama birimleri, temel kazılmadan ahşap platformlar üzerine yerleştirilmeli ve doğal ışık alacak şekilde çadır malzemeleri kullanılarak kurulmalıdır. Bu birimlerde özel banyo bulunmalı ve uygun tefriş ekipmanlarıyla konforlu bir kullanım sağlayacak şekilde dekore edilmelidir.
- Odalardaki banyolarda, suyun yayılmasını önlemek için gerekli önlemler alınmalıdır. Ayrıca, kesintisiz sıcak/soğuk su, duş donanımı, armatür, batarya, vitrifiye, ayna, priz, el ve ayak havlusu ile on beş adet buklet malzemesi gibi ekipmanlar bulunmalıdır. İkili atık biriktirme ekipmanı da banyolarda bulunmalıdır.
- Konaklama amaçlı kullanılan her lüks çadır, ayrı bir konaklama birimi olarak kabul edilir ve standart bir konaklama birimi genellikle iki kişiliktir. Ancak aile çadırı veya süit çadır gibi özel durumlarda, “Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik”te belirlenen hesaplama yöntemi geçerlidir.
- Tesis içinde yer alan yürüyüş yolları, alanın doğal dokusuna uyum sağlayacak malzemelerden yapılmış olmalıdır. Yürüyüş yollarının en az %80’i iki metreden daha geniş olmayacak şekilde tasarlanmalıdır.
- Tesislerde kullanılacak tüm temizlik malzemeleri ve oluşan her türlü atık çevre dostu ve biyolojik olarak parçalanabilir özellikte olmalıdır. Mekanik ve elektrik tesisatlarının çevreye duyarlı ve enerji tasarruflu olması gerekmektedir. Yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı teşvik edilmelidir. Aydınlatma sistemi, vahşi yaşama ve doğal alanlara zarar vermemek ve ışık kirliliğini önlemek amacıyla sarı, amber veya yeşil renk tonları tercih edilmelidir. Ayrıca, aydınlatma ekipmanlarının harekete duyarlı, zaman ayarlı, hedef bölgeye odaklanmış ve monokromatik olması tercih edilmelidir.

Türkiye’de yukarıdaki maddeler halinde özetlenmiş olan yönetmeliğe uygun lüks kamp işletmesine *Longosphere Glamping* örnek verilebilir. Aşağıda verilen bir diğer örnek olan “Mendocino Grove” ise yurtdışında bulunan bir işletmeye aittir.

Longosphere Glamping

Türkiye’nin Kırklareli ilinde bulunan Longosphere Glamping, Türkiye’nin en büyük lüks kamp tesisidir. Gölleri, sahili ve longoz ormanlarıyla mükemmel bir doğaya sahiptir. Kaplumbağa Çadırlar ve Sincap Çadırlar, panoramik tavan tasarımıyla odanıza

gökyüzünün görüntüsünü taşıyarak, doğanın kalbine yapacağınız küçük kaçamaklar için keyif ve konforu bir araya getiren özel mekânlar sunmaktadır. Longosphere Glamping, Longoz Ormanları Milli Parkı'nda yer almaktadır ve sadece konaklama olanakları ile değil aynı zamanda doğası ile de lüks kampçılara mükemmel deneyimler yaşatmaktadır (Dönmez, 2023) ve 2023 yılında düzenlenen IV. Lider Marka Ödüllerinde Yılın En İyi Doğa Turizmi Tesisi kategorisinde ödül almıştır (longosphere.com).

Mendocino Grove

Mendocino Grove, Amerika Birleşik Devletleri'nde yer almaktadır. Okyanus kıyısında تنها bir ormanda safari tarzı rahat bir çadırda konaklama imkânı sunan bu işletme Kaliforniya'da bulunmaktadır. Kuzey Kaliforniya sahilindeki sakin Mendocino kasabasının hemen güneyinde, kayalık bir yamaçta yer alan 37 dönümlük bir mülk olan Mendocino Grove'da, 60 çadırın her birinde ısıtmalı şilte pedi ile donatılmış bir yatak, bir kamp ateşi çukuru, özel bir teras ve bir piknik masası vardır. Çadırlar mahremiyeti en üst düzeye çıkarmak için düzenli aralıklarla yerleştirilmiş ortak banyolar ise lavanta kokulu banyo malzemeleri ile doldurulmuştur. Ortak bir kamp ateşi etrafında canlı müzik dinleyebilirsiniz ya da kampın güvenilir Wi-Fi ağına bağlanarak doğa içerisinde birkaç saatinizi çalışmaya ayırabilirsiniz. 2023'teki lüks yeni yerinde, hizmetler arasında sedir ağacından sauna, masajlar, espresso bar ve cuma ve cumartesi günleri şef tarafından hazırlanan akşam yemekleri yer almaktadır (Flowers, 2023).

Bu modern ve zenginleştirilmiş kamp hizmetleri, günümüzdeki lüks kamp deneyiminin ne derece çeşitlendiğini ve geliştiğini gözler önüne sermektedir. Tüketicilerin doğayla iç içe olurken aynı zamanda günlük yaşamın konfor ve teknolojilerinden faydalanma isteği, lüks kamp alanlarının sunduğu hizmetlerin genişlemesine neden olmaktadır. Bu bağlamda bir sonraki bölümde literatür taraması yöntemi kullanarak lüks kampçılık turizminin nasıl bir evrim geçirdiğini detaylı bir şekilde inceleyeceğiz.

3. Yöntem

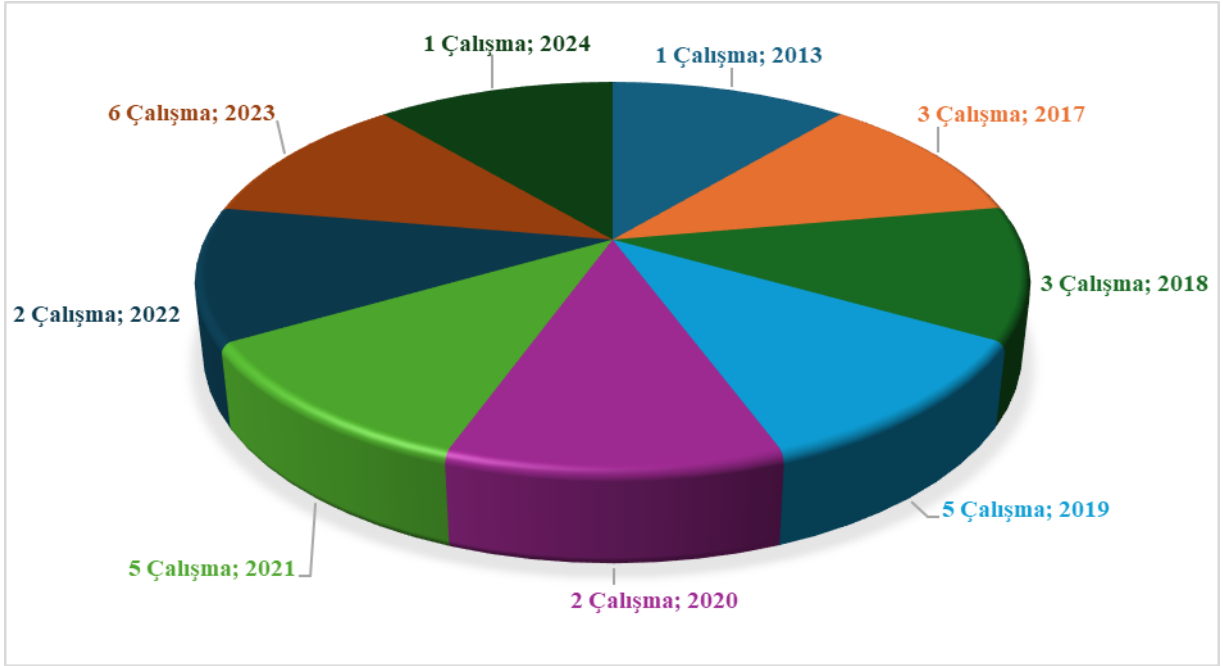
Yapılan araştırmada, Web of Science (WoS) veri tabanında yer alan “glamping ve tourism” anahtar kelimelerinin birlikte kullanıldığı çalışmaların nitel araştırma yöntemlerinden biri olan literatür incelemesi yöntemiyle incelenmesi sonucunda; konu ile ilgili alanyazın gelişiminin ve elde edilen çalışmaların özelliklerinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Ayrıca bir diğer amaç ise lüks kampçılık turizmine ilişkin

farklı çalışma konularının belirlenmesine olanak sağlamaktır. Yapılan çalışmaların taranması 21.01.2024 tarihine kadar sürmüştür. Alanyazın taraması yapılırken “glamping tourism” anahtar kelimesi kullanılmıştır. Yapılan çalışmaların lüks kampçılık turizmine ilişkin olup olmadığını tespit edebilmek amacıyla özet ve yöntem bölümleri okunarak değerlendirme yapılmıştır.

Bu araştırma konusu kapsamında 30 adet çalışmaya ulaşılmış ancak 2 çalışma araştırmanın amacına uygun görülmemesi nedeniyle araştırma kapsamına alınmamıştır. 2 çalışmanın araştırmaya dahil edilmemesinin sebebi ise lüks kampçılık turizmi dışındaki konuların ön planda tutulmasıdır. Diğer bir ifade ile toplam 28 çalışma araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Sayının az olma sebebi hem lüks kampçılık turizmi kavramının nispeten yeni bir olgu olması hem de araştırmanın sınırlılığını da oluşturan WoS veri tabanında yayımlanan çalışmaların değerlendirmeye alınmasıdır.

Araştırmada etik kurul kararı gerektiren (deneysel çalışmalar, mülakat, görüşme, anket vb.) yollar ile veri toplanmamıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden literatür taraması yöntemiyle veriler toplandığı için bu çalışma etik kurul izni gerektirmeyen araştırmalar içerisinde yer almaktadır.

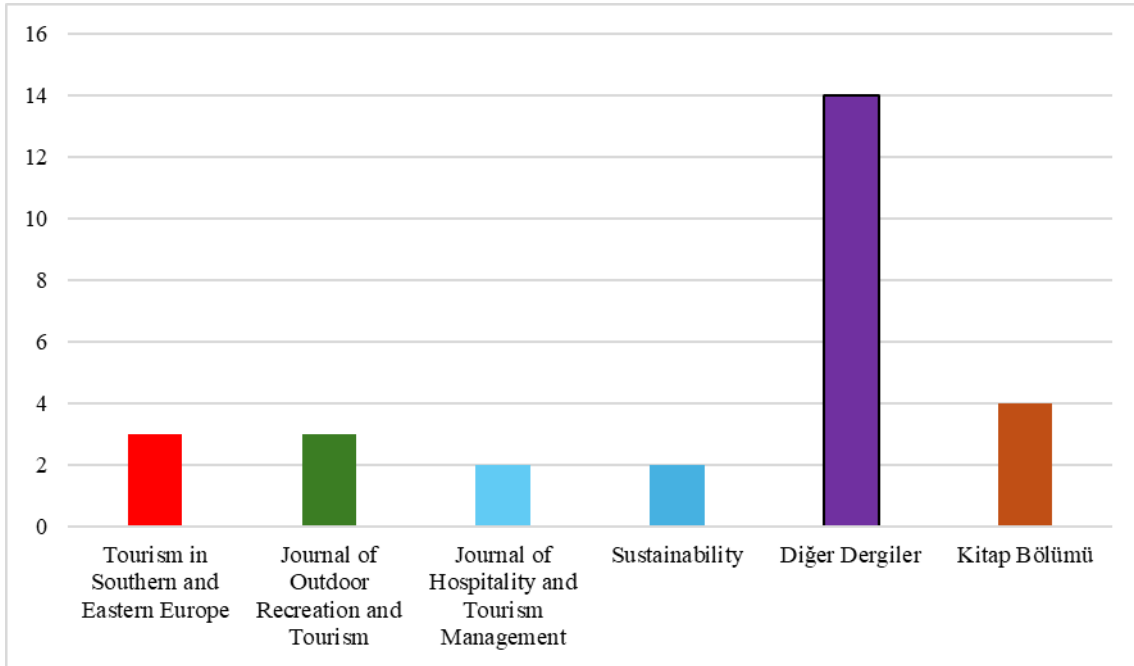
4. Bulgular



Şekil 1. Çalışmaların Yıllara Göre Grafikselle Sunumu

Şekil 1 incelendiğinde lüks kampçılık turizmine ilişkin yapılan 28 çalışmadan ilkinin 2013 yılında yayımlandığı ve 2017 yılından itibaren ise konuya olan ilginin arttığı görülmektedir. 2017 ve 2018 yılında 3'er çalışmanın, 2019 yılında 5 çalışmanın, 2020 yılında 2 çalışmanın, 2021 yılında 5 çalışmanın, 2022 yılında 2 çalışmanın, 2023 yılında 6 çalışmanın ve 2024 yılında ise 1 çalışmanın yayımlandığı görülmektedir. Şekil 1'de çalışmalar yıllara göre sunulmuştur.

Lüks kampçılık turizmine ilişkin yapılan 28 çalışmadan 3'ünün *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 3'ünün *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 2'sinin *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 2'sinin *Sustainability* ve 14'ünün birbirinden farklı dergilerde yayımlandığı ayrıca 4'ünün ise kitap bölümü olarak yayımlandığı görülmektedir. Şekil 2'de çalışmalar yayımlandığı dergilere göre sunulmuştur.



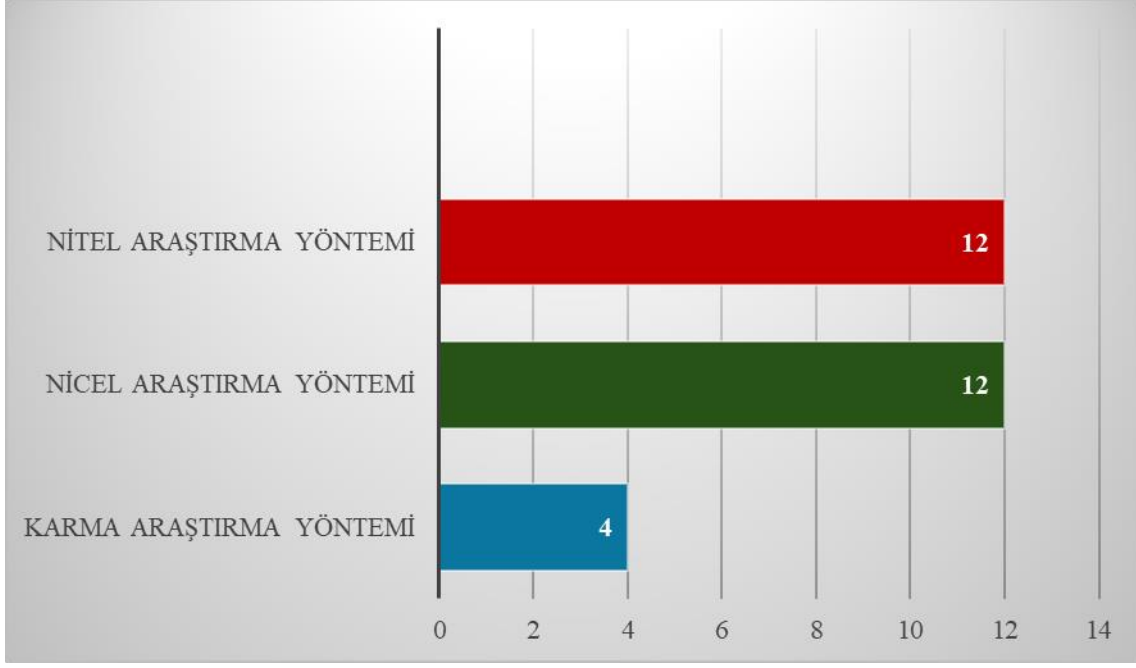
Şekil 2. Çalışmaların Yayımlandığı Dergilere Göre Grafikselsunumu

Lüks kampçılık turizmine ilişkin yapılan 28 çalışmada toplam 133 anahtar kelime kullanılmıştır. Her bir anahtar kelime en az 1 en fazla 4 kelimedenden oluşmaktadır. En fazla anahtar kelime kullanan 2 çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalarda kullanılan anahtar kelime sayısı 7’dir. En sık kullanılan anahtar kelimeleri “glamping” ve “camping” kelimeleri oluşturmaktadır. Anahtar kelimelere ilişkin kelime bulutu Şekil 3’te sunulmuştur. En sık kullanılan diğer anahtar kelimeler ise “Theory of Planned Behavior”, “Service Quality”, “Outdoor Tourism”, “Trends” ve “Covid-19”dur.



Şekil 3. Anahtar Kelimelere İlişkin Kelime Bulutu

Lüks kampçılık turizmine ilişkin yapılan 28 çalışmanın 12'sinde nitel araştırma yöntemi, 12'sinde nicel araştırma yöntemi ve 4'ünde karma araştırma yönteminin kullanıldığı görülmektedir. Şekil 4'te çalışmalarda kullanılan yöntemlerin dağılımı sunulmuştur.



Şekil 4. Çalışmalarda Kullanılan Yöntemlerin Grafikselsunumu

Lüks kampçılık turizmine ilişkin yapılan 28 çalışmanın konuları incelendiğinde genellikle lüks kampçılığa ilişkin nitelikler, sunulan hizmet kalitesi, turistik istek, ihtiyaç ve tercihler, turistik deneyimler ve değer, eko turizm ve sürdürülebilir turizm kapsamında değerlendirildiği anlaşılmaktadır. Son olarak çalışmalarda tercih edilen destinasyonların Hırvatistan, Güney Kore, Porto, ABD, Rusya, Romanya ve Türkiye olduğu saptanan bulgular arasındadır.

Araştırma kapsamında yer alan bazı çalışmaların özet içeriklerine ilişkin bulgular aşağıda sunulmaktadır:

Liberato, Coelho ve Liberato tarafından 2018 yılında yapılan çalışmanın amacı turistik deneyimde lüks kampların rolünü belirlemektir. Çalışma sonucunda analiz edilen nitelikler arasında en yüksek önem değerine sahip olan nitelik “doğa” olurken, bunu “hizmet” ve “konaklama özellikleri” nitelikleri takip etmiştir. Bu bulgunun lüks kampçılık kavramının temelini doğruladığı sonucuna ulaşılmıştır. Betimsel analiz yoluyla bu kavramın kullanıcı profili ortaya konmuştur. Ayrıca, hizmete atfedilen önemin, kampçının bir lüks kamp için geçireceği gece başına ödemeye razı olduğu miktara göre arttığı sonucuna varılmıştır.

Lee, Lee ve Moon tarafından 2019 yılında yapılan çalışmanın amacı lüks kamp seçimini etkileyen faktörleri belirlemektir. Sonuçlar, fiyatın önemli bir belirleyici olduğunu ve lüks kampçılık ile negatif bir ilişkisi olduğunu göstermektedir. Yüksek fiyatlandırmanın bireylerin lüks kamplara katılımını olumsuz etkilediğini göstermektedir. Fiyat, hizmet sektöründeki tüketici davranışlarının açıklanmasında kilit bir unsurdur. Çalışma sonuçları ayrıca temizlik ve güvenliğin lüks kampçılık turizmine katılmayı tercih etme olasılığını artıracak önemli özellikler olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, önemli niteliklerin koşulları iyileşirse, bireylerin lüks kampçılık faaliyetlerine katılma olasılığının artacağı saptanmıştır.

Milohnić, Bonifačić ve Licul tarafından 2019 yılında yapılan çalışmanın amacı kampinglerin kaliteleri ve avantajlarını belirlemektir. Ekim 2018’de kampçılık ve lüks kampçılık uzmanlarının görüşlerini içeren bir anket ve 2018 baharında konuklara yönelik bir anket yapılmıştır. 120 kamp alanı yöneticisi ve 30 kamp ve lüks kampçılık ekipmanı üreticisinden yanıtlar toplanmıştır. Ayrıca, özel çevrimiçi ve yerinde anketler aracılığıyla kamp misafirlerinden 130 yanıt toplanmıştır. Bu araştırma, tüm gruplar için lüks kampçılığı kampçılığın geleceği olarak gördüğünü ve gelecekte lüks kampçılık konaklama talebinde bir artış öngördüğünü kanıtlamaktadır. Her üç grup da kampingde yeni ve yenilikçi konaklama uygulamalarının hayata geçirilmesiyle kampingin lüks kampçılığa dönüşmesinin kampinglerin ve tatil parklarının rekabet gücüne katkıda bulunacağı görüşünde tamamen hemfikirdir.

Lopez, Brandao, Breda ve Costa tarafından 2021 yılında yapılan çalışmanın amacı kamp ve lüks kamplarda turist deneyimini karşılaştırmaktır. Çalışmanın sonuçları, deneyimin estetik ve kaçış boyutlarının, alanın konumu ve çevresine verilen önemle en alakalı boyutlar olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca kamp alanı seçiminde fiyatın ana motivasyon olmaması, kampçıların motivasyonlarının otel tercih edenlerle ortak olmadığını göstermektedir.

Dorofeeva tarafından 2021 yılında yapılan çalışmanın amacı Rus lüks kampçılık pazarında ekolojik turizm ilkelerinin uygulanmasının kapsamını ve özelliklerini araştırmaktır. Ekolojik turizm ilkelerinin Rus lüks kamp tesislerinde yaygın olarak kullanıldığı ve Rus lüks kampçılığının, bazı uyarılarla birlikte, bir ekolojik turizm türü olarak kabul edilebileceği sonucuna varılmıştır. Ekolojik turizm ilkelerinin Rus lüks kampçılık pazarında uygulanmasının temel özelliği olarak hem eğitim bileşeninin hem de yerel bölge ve nüfusa

kültürel faydaların önemli ölçüde eksikliği tespit edilmiştir. Bununla birlikte, Rus lüks kampçılık pazarının ekolojik uyumluluk ve yeşil seyahate doğru ilerlediğine vurgu yapılmıştır.

Zorlu, Tuncer ve Taşkın tarafından 2022 yılında yapılan çalışmanın amacı pandemi sırasında Türkiye’de kamp/lüks kampçılık turizmine yönelik ziyaretçilerin tutumlarını ve davranışsal niyetlerini incelemektir. Çalışma sonucunda temel planlanmış davranış teorisi yapılarının yanı sıra eklenen diğer değişkenlerin de ziyaretçilerin tutum ve niyetlerini önemli ölçüde etkilediği saptanmıştır. Ayrıca Covid-19 kaynaklı risk algısı ve riskten kaçınma tutumunun ziyaretçilerde olumsuz duyguları artırdığı ve davranışsal niyetleri azalttığı gözlemlenmiştir.

Lu, Suhartanto ve Chen tarafından 2022 yılında yapılan çalışmanın amacı pandemi sonrası turistlerin lüks kampçılığa ilişkin algılarını saptamaktır. Sonuçlar, görüşülen kişilerin ağırlıklı olarak lüks kampçılığın “donanım ve ekipman” yönüne odaklandığını ortaya koymaktadır. Ayrıca, görüşülen kişilerin lüks kampçılık ile en yakın ilişkilendirdikleri özellik “konforlu konaklama” olmuştur. Covid-19 salgını sırasında, bu görüşmeciler “esenlik duygularını” ve “yaşamdan aldıkları keyfi” geliştirmeye odaklanmışlardır.

Sun ve Huang tarafından 2023 yılında yapılan çalışmanın amacı atmosfer estetiği teorisinin tamamlayıcı gelişmeleri olan üç boyutunu (fiziksel çevre, durum ve bağlam) tanımlamaktır. Araştırmalar, fiziksel ortamların ve durumsal etkileşimlerin bağlamsal algıda belirleyici bir rol oynadığını ve kampçuların paylaşılan iletişime olumlu yanıt vermesine yardımcı olduğunu ortaya koymuştur.

Draguleasa, Nita ve Mazilu tarafından 2023 yılında yapılan çalışmanın amacı turistik kaynakların değerlendirilmesine ilişkin bilgileri Romanya’nın Oltenia bölgesine uyarlamayı ve böylece sürdürülebilir kalkınma için coğrafi alanın planlanması ve düzenlenmesi için bir araç oluşturmaktır. İletişim yol ağları ve yerleşim sistemlerinin jeolojik, morfolojik yapı, hidrografik ağ ve iklimsel endekslerin oluşturduğu doğal sistemle örtüşmesi, geleneksel “Oltenia” bölgesinin doğal ve antropik çerçevesinin dayattığı titizliğe uyum sağlamak zorunda kalan heterojen, esnek ve değişken bir sistem ortaya çıkarmıştır.

Xiang, Cao, Qiao ve Zhang tarafından 2023 yılında yapılan çalışmanın amacı anlatı analizinin beş unsuru ve ZMET yöntemi aracılığıyla lüks kampçılık topluluk deneyiminin kategori yapısını ve mekanizmasını araştırmaktır. Sonuçlar, lüks kampçılığın zaman, mekân, insan ve

nesne boyutları aracılığıyla topluluk deneyiminin metaforik algılarını oluşturduğunu göstermektedir. Sonuçlar ayrıca, topluluk durumunun üretim mekanizmasının alan, ilişki ve program dahil olmak üzere algısal bir yapıcı kadran modelinden oluştuğunu ortaya çıkarmıştır.

Son yıllarda lüks kampçılık, turizmde önemli bir turizm eğilimi olarak ortaya çıkmıştır. Alanyazındaki çeşitli çalışmalar, bu fenomenin birçok yönünü aydınlatmaktadır. Örneğin, Lee ve diğerleri (2019) tarafından yapılan çalışma, fiyat faktörünün lüks kamp seçimleri üzerindeki etkisini araştırmış ve yüksek fiyatlandırmanın bireylerin bu tür kamplara katılımını olumsuz yönde etkileyebileceğini ortaya koymuştur. Lopez ve diğerleri (2021), kamp ve lüks kamplarda turist deneyimini karşılaştırarak, estetik ve kaçış boyutlarının bu deneyimlerde ne kadar önemli olduğunu vurgulamışlardır. Dorofeeva (2021) ise Rusya'daki lüks kampçılık pazarında ekolojik turizm ilkelerinin entegrasyonunu incelerken, bu ilkelerin ekolojik uyumluluğun sağlanmasındaki önemini vurgulamıştır. Bu çalışmalar genel olarak lüks kampçılık deneyiminin, turistlerin ihtiyaç ve beklentileriyle nasıl uyum sağladığını ve bu uyumun turistik tercihler üzerinde belirleyici bir rol oynadığını göstermektedir. Elde edilen bulgular, lüks kampçılık sektörünün sürdürülebilirlik, ekolojik uyumluluk ve müşteri memnuniyeti gibi kritik konulara odaklanmasının gerekliliğini ortaya koymaktadır.

5. Sonuç ve Öneriler

Yeni bir turizm türü içerisinde yer alan lüks kampçılık turizmi, gün geçtikçe turistler tarafından daha fazla tercih edilen bir turizm türü olmaya devam etmektedir. Dünyada lüks kampçılık turizminin yeni bir turizm eğilimi olduğunu gösteren diğer bir husus ise 2017 yılından itibaren ilgili alanda yapılan araştırmaların ve çalışmaların sayısında yaşanan artıştır. Araştırmacılar, lüks kampçılık turizmi kavramını ve gelişimini incelerken bununla birlikte lüks kamp işletmelerinin özelliklerini ve hizmet kalitesini belirlemeye yönelik konulara ve bu turizm türünü tercih eden turistlerin algılarına yönelik konulara da önem verdikleri görülmektedir. En fazla üzerinde durulan konuların lüks kampçılığa ilişkin nitelikler, sunulan hizmet kalitesi, turistik istek, ihtiyaç ve tercihler, turistik deneyimler ve değer, eko turizm ve sürdürülebilir turizm ve Covid-19'un lüks kampçılık üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik olduğu saptanmıştır.

Gelecek yıllarda yapılacak olan çalışmalar için aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir.

- Türkiye ile diğer ülkelerin lüks kampçılık turizminin karşılaştırması,
- Türkiye’de lüks kampçılık belgesi olan işletmelerin yönetmelikte geçen kriterleri taşıma durumlarının incelenmesi,
- Lüks kampçılık turizminin çevresel, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirliği nasıl sağlanır ve mevcut işletmelerin sürdürülebilir uygulamaları nelerdir? Sorusuna cevap aranması,
- Lüks kampçılık turizminin çevreye ve yerel ekonomiye olumlu-olumsuz etkileri nelerdir? Sorusuna cevap aranması,
- Lüks kampçılık turizmi pazarlamasına yönelik destinasyon markalama ve lüks kampçılık turizmi odaklı araştırmalar,
- Lüks kampçılık turizminin dijital pazarlama durumu gibi konuların üzerine yoğunlaşılması alanyazındaki boşluğa katkı sağlayacaktır.

Yukarıdaki maddelerle birlikte lüks kampçılık turizmi konusunda destinasyonlara yönelik yapılan çalışmaların azlığı dikkat çekmektedir. Gelecekte yapılacak çalışmaların destinasyonlara yönelik yapılması yerel kültürel unsurların lüks kampçılık deneyimlerine nasıl entegre edildiğini ve tüketici tercihlerini nasıl etkilediğini ortaya çıkarabilir ve böylelikle alanyazındaki boşluğa katkı sağlayabilir. Buna ek olarak lüks kamp tesis türlerini belirlemeye yönelik çalışmaların da yapılması faydalı olabilir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda dikkate alınması gereken diğer bir konu ise lüks kampçılık turizmini tercih eden turist profillerinin belirlenmesidir.

Lüks kampçılık turizmine yönelik yapılan çalışmaların sonuçları incelendiğinde kamp turizminde olumsuz deneyimler yaşayan turistlerde lüks kampçılık turizmine karşı olumsuz imajlar oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle, bu olumsuz sinerjinin giderilmesine yönelik yapılacak çalışmalar lüks kampçılık turizminin popülaritesinin artırılmasına olanak sağlayabilir.

Lüks kamp işletmelerine yönelik öneri ise lüks kamp işletme yöneticilerinin çeşitli turist profillerine özel ihtiyaçları karşılayabilmek için konaklama, aktivite ve deneyimleri bir araya getiren özel paketler sunmaları yönündedir. Ailelere hitap etmek isteyen lüks kamp işletmeleri, turistlerin doğadan keyif almalarını ve ailelerin çocuklarıyla birlikte oyun oynayarak eğlenme fırsatları sunmasının yanı sıra ailelerin çocukları için öğrenme

deneyimlerini geliştirecek çeşitli doğa temelli etkinlikler sunmayı düşünebilir. Çünkü çocuklarıyla birlikte seyahatlere çıkan aileler, çocuklarının doğal dünya ve çevre konusundaki anlayışlarını artıracak eğitim fırsatlarına büyük önem vermektedir. Arkadaşlarıyla birlikte seyahat eden turistler için lüks kamp işletmeleri, açık hava sinemasıyla birlikte yemek yiyebilecekleri bir ortam sağlayarak besleyici, yerel kaynaklı ve organik malzemelerden oluşan paketler oluşturabilir. Böylelikle, turistler arasında sosyal etkileşim sağlanabilir ve turistlere unutulmaz deneyimler yaşatılabilir. Yalnız seyahat eden turistler için lüks kamp işletmeleri, doğaya dayalı açık hava etkinliklerini kapsayan paketler oluşturabilir. Çift olarak seyahat eden turistler için ise lüks kamp işletmeleri, çadırılı konaklama yerlerini romantik nüanslarla donatarak kişiselleştirebilir ve böylece doğal çevreyle uyumlu, konforlu ve farklı bir etkileşim sağlayabilir.

Yapılan çalışmada, WoS veri tabanında lüks kampçılık turizmini konu alan çalışmaların incelenmesiyle mevcut alanyazının genel durumu ortaya çıkarılmıştır. Lüks kampçılık turizmi konusunda mevcut çalışmalara yönelik bilgilendirme ve gelecekte yapılacak çalışmalara da öneri sunması açısından yararlı olacağı ve alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Sonuç olarak, lüks kampçılık turizmi dinamik ve gelişen bir olgu olmakla birlikte zengin araştırma fırsatları sunmaktadır. Turistler yenilikçi deneyimler aradıkça lüks kampçılık sektörü, sürdürülebilirlik uygulamaları sağlandığı sürece büyümeye devam etme potansiyeline sahiptir.

Kaynakça

- Adamovich, V. & Nadda, V. (2020). Quality Issues in Glamping Tourism From Providers Perspective in The UK. *International Journal of Entrepreneurship Management Innovation and Development*, 4(1), 100-115.
- Adamovich, V., Nadda, V., Kot, M. & Ul Haque, A. (2021). Camping vs. Glamping Tourism: Providers' Perspective in the United Kingdom. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 6(54), 1431-1441.
- Ahn, C.S. & Lee, M.S.W. (2015). Adventure Campers, Fairy Tale Glampers, and Authenticity. Pesonen, J. Komppula, R. (Eds), *Tourism Engagement: Co-Creating Well-Being, Proceedings of the 6th Advances in Tourism Marketing Conference*, (ss. 12-17), Finland: Joensuu.

- Aksöz, E. O., Önem, B. ve Aydın, B. (2020). Kamp Deneyimi Yaşayan Bireylerin Glamping'e İlişkin Algılarının Belirlenmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(2), 185-196.
- Andrey, C., Galera, H., Cabido, J. & Wu, W. (2014). New Trends in The Outdoor Hospitality Industry. HES-SO Valais Tourism Management 703_e, 10 November 2014, Sion, Switzerland, pp. 1-9.
- Bonifačić, J. C., Milohnić, I. & Cerović, Z. (2017). Glamping – Creative Accommodation in Camping Resorts: Insights And Opportunities. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 4, 101-114.
- Boscoboinik, A. & Bourguard, E. (2012). Glamping and Rural Imaginary. In H. Horáková, & A. Boscoboinik (Eds.), *From Production to Consumption: Transformation of Rural Communities* (pp. 149-164). Zurich: LIT Verlag.
- Brochado, A. & Brochado, F. (2019). What Makes A Glamping Experience Great? *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(1), 15-27.
- Brochado, A. & Pereira, C. (2017). Comfortable Experiences in Nature Accommodation: Perceived Service Quality in Glamping. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17, 77-83.
- Ceylan, Y. (2023). Glamping Seyahat Motivasyonunun Deneyim ve Davranışsal Niyete Etkisi: Glamper Turistler Üzerine Bir Araştırma (Doktora Tezi), Mardin Artuklu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Mardin.
- Ceylan, Y., Serçek, G. Ö. ve Ceylan, E. (2023). Yunanistan ve Türkiye'de Glamping İşletmeleri ile İlgili Yasal Düzenlemelerin Karşılaştırılması. *Euroasia Journal of Social Sciences & Humanities*, 10(34), 11-23.
- Craig, C. A. & Karabaş, İ. (2021). Glamping After The Coronavirus Pandemic. *Tourism and Hospitality Research*, 21(2), 251-256.
- Craig, C. A. (2021). Camping, Glamping, and Coronavirus in The United States. *Annals of Tourism Research*, 89, 103071.
- Çepur, N. ve Dalgıç, A. (2022). Isparta İli ve Çevresi Glamping Potansiyelinin Araştırılması. *Journal of Applied Tourism Research*, 3(1), 1-12.

- Demir, Ş. Ş. ve Demircioğlu, A. S. (2023). Sürdürülebilir Kırsal Kalkınmada Glamping İşletmelerinin Rolü: Fethiye Örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 105-120.
- Doğan, M., Ceylan, Y. ve Tekin, C. (2015). Turistik Bir Destinasyon Olarak Hasankeyf'in Ziyaretçi Tatmini Üzerine Bir Araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 7(1), 1-15.
- Dorofeeva, A. R. (2020). Glamping in Russia: Relevance and Development Prospects. *Human Progress*, 6(2), 1-14.
- Dorofeeva, A. R. (2021). Towards Green Travel: Application of Principles of Ecological Tourism in the Russian Glamping Market. *European Journal of Tourism Hospitality and Recreation*, 11(2), 171-180.
- Dönmez, A. (2023). Türkiye'nin En İyi Glamping Rotaları. [URL: <https://www.oggusto.com/seyahat/yurtici/turkiyenin-en-iyi-glamping-rotalari>] (Erişim 23 Temmuz 2023).
- Draguleasa, I. A., Nita, A. & Mazilu, M. (2023). Capitalization of Tourist Resources in the Post-COVID-19 Period-Developing the Chorematic Method for Oltenia Tourist Destination, Romania. *Sustainability*, 15(3), 1-31.
- Düzgün, E. (2021). Pandemi Sonrası Yeni Turist Tercihi: Glamping Turizmi. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 145-158.
- Eremić, G. (2021). New Trends in Camping Tourism – Glamping and Family Campsites. *Geoadria*, 26(1), 59-82.
- Ergüven, M. H., Yılmaz, A. ve Kutlu, D. (2015). Turistik Ürün Çeşitlendirme Bağlamında Hibrit Turizm: Glamping Örneği. *International Journal of Social Science*, 41, 255-265.
- Filipe, S., Santos, C. A. & Barbosa, B. (2018). Tourists' Motivations and Obstacles for Choosing Glamping: An Exploratory Study. CBU International Conference on Innovations in Science and Education, 21-23 March 2018, Prague, Czech Republic, pp. 113-119.
- Flowers, J. (2023). The World's 15 Best Glamping Retreats. [URL: <https://www.afar.com/hotels/best-places-to-go-glamping>] (Erişim 23 Temmuz 2023).
- Gök, B. ve Özhasar, Y. (2023). Glamping İşletmelerinde Asgari Standartların Belirlenmesi: Keşfedici Bir Nitel Çalışma. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 33(2), 821-830.

- Göktaş, L. S. ve Kızılırmak, İ. (2017). Bolu Yedigöller Milli Parkı'nın Glamping Turizmi Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(4), 43-51.
- Gross, S., Culemann, J., Rebbe, J. & Berger, T. (2023). Deep Nature Glamping in Germany – Potentials and Configuration of A Nature Tourism Offer. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 43, 1-12.
- Lee, W. S., Lee, J. K. & Moon, J. (2019). Influential Attributes For The Selection of Luxury Camping: A Mixed-Logit Method. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 40, 88-93.
- Liberato, P., Coelho, J. & Liberato, D. (2018). The Role of Glamping's Attributes in A Touristic Experience: Case Study. 32nd IBIMA Conference, 15-16 November 2018, Sevilla, İspanya.
- Liberato, P., Coelho, J. & Liberato, D. (2020). Price Versus Service Assessment in Glamping. In V. Katsoni, & T. Spyriadis (Eds.), *Cultural and Tourism Innovation In the Digital Era* (pp. 629-638). Springer, Cham.
- Longosphere. (2023). IV. Lider Marka Ödülleri-2023. [<https://longosphere.com/longosphere/odullerimiz#>] (Erişim 10 Nisan 2024).
- Lopez, D., Brandao, F., Breda, Z. & Costa, R. (2021). The Four Dimensions of Tourist Experience: A Comparative Analysis Between Camping and Glamping. In J. Carvalho, A. Rocha, P. Liberato & A. Peña, (Eds.), *Advances in Tourism, Technology and Systems* (pp. 385-395). Springer.
- Lu, C. Y., Suhartanto, D. & Chen, B. T. (2022). Exploration of New Outdoor Leisure Activities (Glamping) During The Post-Pandemic Era. *Tourism Recreation Research*, Online, 1-19.
- Lyu, S. O., Kim, J. W. & Bae, S. W. (2020). Family Vacationers' Willingness to Pay for Glamping Travel Sites: A Family Functioning Segmentation. *International Journal of Tourism Research*, 22(2), 155-167.
- Menshikov, P. V., Kuznetsova, N. V., Korobchenko, A. I., Golubchikov, G. M. & Arpentieva, M. R. (2020). Psychological and Pedagogical Aspects of Glamping: Tourism As A Practice For Personal Development. *Service and Tourism: Current Challenges*, 14(2), 38-49.

- Milohnić, I., Bonifačić, J. C. & Licul, I. (2019). Transformation of Camping into Glamping – Trends and Perspectives. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 5, 457-473.
- Olçay, T. ve Turhan, U. (2017). Türkiye’de Glamping Hizmeti Veren İşletmelerin Sahip ve Yöneticilerinin “Yeni Turizm Trendi Glamping” ile İlgili Görüşleri (Muğla ve Antalya Örneği). *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16(4), 980-996.
- Önem, B. (2019). Glamping İşletmecilerinin Özgeci Davranışları ve Psikolojik İyi Oluş Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Eskişehir.
- Petrusa, I. & Vlahov, A. (2019). The Role of Glamping in Development of Camping Tourism Offer-Possibilities and Future Prospects in The Republic of Croatia. Proceedings of FEB Zagreb 10th International Odyssey Conference on Economics and Business, 12-15 June 2019, University of Zagreb, Faculty of Economics and Business, Zagreb, pp. 834-844.
- Resmî Gazete (2022). Lüks Çadır Tesisleri Nitelikler Yönetmeliği. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/09/20220923-2.htm> (Erişim 23 Temmuz 2023).
- Sakáčová, K.C. (2013). *Glamping- Nature Served on Silver Platter*. (Master Thesis). Aalborg University Tourism – Master’s Degree Programme. Denmark.
- Sun, T. & Huang, T. (2023). Research of Glamping Tourism Based on the Aesthetics of Atmosphere. *Sustainability*, 15, 581.
- Topay, M. ve Koçan, N. (2009). Kamping/Çadırlı Kamp İçin Alan Seçim Kriterlerinin Belirlenmesi ve Bartın Uluyayla’da Örnek Bir Uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 1, 116-128.
- Urdal, M. ve Uğurlu, K. (2016). Kamp Turizminde Glamping İşletmeciliği: Kırklareli İli İçin Bir Model Önerisi. 17. Ulusal Turizm Kongresi, 20-23 Ekim 2016, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla, 1213-1224.
- Üstün, F., Boyalı, E., Önal, F. ve Demirci, Y. E. (2022). Sürdürülebilir Ekolojik Rekreasyonda Yeni Bir Yaklaşım: Glamping. 2. Uluslararası Spor ve Sosyal Bilimlere Multidisipliner Yaklaşım Kongresi, 9 Nisan 2022, Çevrimiçi, İstanbul, ss. 76-84.
- Vrtodušić Hrgović, A., Bonifačić, J. C. & Licul, I. (2018). Glamping – New Outdoor Accommodation. *Ekonomiska Misao I Praksa*, 27(2), 621-639.

- Vrtodušić Hrgović, A., Bonifačić, J. C. & Milohnić, I. (2019). Dimensions of Service Quality in Glamping. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 5, 773-785.
- Xiang, K., Cao, Y., Qiao, G. & Zhang, H. (2023). Mechanisms of Communitas Experience Generation in Glampers: An Interactive Ritual Perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 55, 355-367.
- Zorlu, K., Tuncer, M. & Taşkın, G. A. (2022). The Effect Of COVID-19 on Tourists' Attitudes and Travel Intentions: An Empirical Study on Camping/ Glamping Tourism in Turkey During COVID-19. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(2), 947-965.

Etik Kurul İzni:

Araştırmada etik kurul kararı gerektiren (deneysel çalışmalar, mülakat, görüşme, anket vb.) yollar ile veri toplanmamıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden literatür taraması yöntemiyle veriler toplandığı için bu çalışma etik kurul izni gerektirmeyen araştırmalar içerisinde yer almaktadır.

Katkı Oranı Beyanı:

Yazarlar araştırmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

1. Yazar: Arş. Gör. Caner YENİSOY %50
2. Yazar: Prof. Dr. Selma MEYDAN UYGUR %50

Çıkar Çatışması Beyanı

Çalışmanın yazarlar arasında veya herhangi bir kurum kuruluş ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

EXTENSIVE SUMMARY

A Literature Review on Luxury Camping (Glamping) Tourism

Caner YENİSOY

AHBV University, Faculty of Tourism

The Department of Tourism Management

Selma MEYDAN UYGUR

AHBV University, Faculty of Tourism

The Department of Tourism Management

Traditional camping has always fulfilled the need of tourists to spend time in nature (Petrusa & Vlahov, 2019), but it is not an acceptable tourism activity for most people due to insects, tent accommodation, food and beverage problems, wild animals and lack of comfort (Bonifačić, Milohnić, & Cerović, 2017). Therefore, luxury camping has started to develop as a type of nature-based alternative tourism that offers luxury and comfort simultaneously, which contributes to sustainable tourism development, promotion of tourist destinations, raising the level of accommodation quality in the destination and reducing the negative aspects of traditional camping by providing a high level of comfort (Petrusa & Vlahov, 2019).

Luxury camping is not only an increasingly popular tourism trend for tourists, but also an increasingly popular concept in scientific research. There are many scientific studies on luxury camping tourism in the literature and these studies are published in databases. In accordance with the purpose of the study, the studies in the Web of Science (WoS) database were analyzed. WoS is a database that is frequently preferred by researchers for literature review because it is seen as a relatively reputable citation index. From this point of view, the aim of the study is to present a comprehensive analysis of the studies on luxury camping tourism with the literature review method, one of the qualitative research methods, and to reveal the development of the literature on the subject. In addition, another aim is to enable the identification of different study topics related to luxury camping tourism. The review of

the studies lasted until 21.01.2024. The keyword "glamping tourism" was used during the literature review. In order to determine whether the studies were related to luxury camping tourism, the summary and method sections were read and evaluated.

Within the scope of this research topic, 30 studies were reached, but 2 studies were not included in the scope of the research because they were not deemed appropriate for the purpose of the research. The reason why 2 studies were not included in the research is that issues other than luxury camping tourism were prioritized. In other words, a total of 28 studies were included in the scope of the research. The reason for the low number is both the fact that the concept of luxury camping tourism is a relatively new phenomenon and that the studies published in the WoS database, which also constitutes the limitation of the research, are evaluated.

Luxury camping tourism, which is a new type of tourism, continues to be a type of tourism that is increasingly preferred by tourists. Another point that shows that luxury camping tourism is a new tourism trend in the world is the increase in the number of research and studies in the relevant field since 2017. While researchers examine the concept and development of luxury camping tourism, it is seen that they also attach importance to the issues of determining the characteristics and service quality of luxury camping businesses and the perceptions of tourists who prefer this type of tourism. It was found that the most emphasized topics were the qualities of luxury camping, service quality, touristic wants, needs and preferences, touristic experiences and value, eco-tourism and sustainable tourism, and the impact of Covid-19 on luxury camping.

The following recommendations have been developed for future studies:

- Comparison of luxury camping tourism in Türkiye and other countries,
- Examining the status of the businesses with luxury camping certificate in Türkiye in terms of carrying the criteria mentioned in the regulation,
- How to ensure environmental, economic and social sustainability of luxury camping tourism and what are the sustainable practices of existing businesses?
- What are the positive and negative impacts of luxury camping tourism on the environment and local economy?

- Destination branding for luxury camping tourism marketing and research on luxury camping tourism,
- Focusing on issues such as the digital marketing status of luxury camping tourism will contribute to the gap in the literature.

Along with the above items, it is noteworthy that there is a lack of destination-based studies on luxury camping tourism. Future studies on destinations may reveal how local cultural elements are integrated into luxury camping experiences and how they affect consumer preferences, thus contributing to the gap in the literature. In addition, it may be useful to conduct studies to determine the types of luxury camping facilities. Another issue that should be considered in future studies is to determine the tourist profiles that prefer luxury camping tourism.

When the results of studies on luxury camping tourism are analyzed, it is concluded that tourists who have negative experiences in camping tourism have negative images of luxury camping tourism. Therefore, studies to eliminate this negative synergy may help to increase the popularity of luxury camping tourism.

Sürdürülebilir Gastronomide Menü Yönetimi: Bursa İli Örneği

(Menu Management in Sustainable Gastronomy: A Case Study of Bursa Province)

Goncagül YILMAZ^{a*}

Ayşe SÜNNETÇİOĞLU^b

^a Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Çanakkale-Türkiye
(goncagulyilmaz7@gmail.com), <https://orcid.org/0000-0001-9476-560X>

^b Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Gelibolu Piri Reis MYO, Çanakkale-Türkiye
(aysesunnetcioglu@comu.edu.tr), <https://orcid.org/0000-0002-4295-9776>

MAKALE GEÇMİŞİ

Geliş Tarihi (Received):

28.02.2024

Kabul Tarihi (Accepted):

18.06.2024

Anahtar Kelimeler:

Menü Yönetimi,
Coğrafi İşaret,
Bursa,
Sürdürülebilirlik

Keywords:

Menu Management,
Protected Designation of Origin,
Bursa,
Sustainability

Makalenin Türü: Araştırma Makalesi

***Sorumlu Yazar:** Goncagül YILMAZ
E posta: goncagulyilmaz7@gmail.com

Makalenin Künyesi: Yılmaz, G. & Sünnetçiöğlü, A. (2024). Sürdürülebilir Gastronomide Menü Yönetimi: Bursa İli Örneği, AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi 27 (1), 123-149.

DOI: <https://doi.org/10.55931/ahbvtd.1444180>

Öz

Bursa ilinde yer alan coğrafi işaretli ürünlerin menülerde kullanımının sürdürülebilir gastronomiye olan etkisini ölçmek amacıyla hazırlanan bu çalışmada Bursa ilinde görev yapan işletme şefleri ile nitel görüşmeler yapılarak veri toplanmış ve menü yönetimleri ile coğrafi işaretli ürün kullanımları hakkında bilgiler toplanmıştır. Araştırma katılımcıları seçilirken işletmenin menüsünü oluşturan ve menülerinde coğrafi işaretli ürün kullanımına yer veren şefler arasında seçilerek amaçlı örneklem yöntemi uygulanmıştır. Bu araştırma ile mutfak şeflerinin menü yönetimlerinde coğrafi işaretli ürünleri hangi amaçlarla kullandıklarını ve bu ürünlerin menülerde yer almasının sürdürülebilirliğe katkısı hakkında bilgi düzeylerini ölçmek amaçlanmıştır. Araştırmaya katılan mutfak şeflerinin yöreye ait ürünlere yeterince hâkim oldukları ve tedarik kolaylığı ve tazelik gibi kriterlerden dolayı işletmelerinde çoğunlukla coğrafi işaretli ürünler kullandıkları saptanmıştır.

Abstract

In this study, which was prepared to measure the effect of the use of Protected Designation of Origin menus in Bursa on sustainable gastronomy, qualitative interviews were conducted with the business chiefs working in Bursa, and data were collected and information about menu management and Protected Designation of Origin product usage was collected. While selecting the research participants, the purposeful sampling method was applied by choosing among the chefs who created the menu of the enterprise and included the use of Protected Designation of Origin products in their menus. With this research, it is aimed to measure the knowledge level of the kitchen chefs about the purpose of using Protected Designation of Origin products in menu management and the contribution of these products to the sustainability of the menus. It has been determined that the kitchen chefs participating in the research have sufficient knowledge of the local products and mostly use Protected Designation of Origin products in their businesses due to criteria such as ease of supply and freshness.

1.Giriş

Gastronomi kavramı gıdaların sunumu ve lezzeti ile ilgilenmesinin yanı sıra bir beslenme kültürünü, ekonomiyi, etik değerleri, yemeğin tarihsel sürecini temsil eden bir bilim dalıdır (Çekal ve Doğan, 2022: 50). Yiyecek içecek işletmelerinin menülerini oluştururken bu değerler çerçevesinde hareket etmelerinin, müşteri memnuniyeti sağlanmasında etkili olacağı düşünülmektedir. Sürdürülebilir bir beslenme sistemi sağlanması, tüketicilerin ve işletmelerin önceliklerinden biri haline gelmektedir. Yiyecek içecek işletmeleri bu sürdürülebilirliği sağlamak adına farklı uygulamalarda bulunmaktadır. Bu uygulamalar arasında enerji ve su tasarrufu, gıda atıklarının değerlendirilmesi, sürdürülebilir menülere yer verilmesi gösterilebilir (Apak ve Gürbüz, 2022; Durlu Özkaya, Özkök, Sünnetçioğlu ve Sünnetçioğlu, 2021). Sürdürülebilir menüler oluşturabilmek için atılacak adımlardan biri de yerel ve yöresel yiyeceklere menülerde yer verilmesidir.

Günümüzde beslenme alışkanlıklarının hızla değişmesi ve yiyecek içecek sektörünün hız kesmeden büyümesi ile restoranlar ile ilgili yapılan çalışmalar da artış göstermeye başlamıştır (Park vd., 2023) Tüketiciler seçtikleri yiyeceklerin lezzeti ve fiyatı kadar doğa üzerinde bıraktıkları ize ve sağlıklarını nasıl etkilediğine de önem göstermeye başlamışlardır. Bu durum işletmelerle ilgili yapılan çalışmalarda sürdürülebilirlik, yeşil restoran hareketleri, gıda atığı değerlendirme sistemleri ile ilgili konuların daha fazla üzerinde durulmasına yol açmıştır (Batat, 2020; Öztürk ve Akoğlu, 2020).

Restoran menülerinde yeterince yer almayan yöresel yiyeceklerin bölge kültürünü yeterince yansıtmadığı, mutfak kültürünün sürdürülebilmesi amacıyla restoran menülerinde yöresel yiyeceklerin bulundurulması gerekmektedir (Serçeoğlu, 2014). Bölgenin yöresel değerleri olarak mahreç işaretli ürünlere işletme menülerinde yer verilmesi yoluyla, ürünün değer artmasına ve bilinirliğine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bunun yanı sıra tescil edilmiş bir ürünün kültürü ile varlığı da korunmuş olacaktır. Bu durum, ekonomik kalkınmanın yanı sıra kültürel kaynakların korunmasını ve sürdürülebilirliğini sağlayacaktır (Işın ve Yalçın, 2020: 2515). Bununla birlikte coğrafi işaretli ürünlerin kullanımının işletmelere; kalite, lezzet ve imaj, müşteri memnuniyeti ile farkındalık ve bilinirlik hususlarında olumlu katkı sağladığı belirlenmiştir (Güleç ve Cömert, 2022: 2155).

Sürdürülebilir gastronomi yerel mutfakların ve yemeklerin korunmasını ve kültürel mirasın tanıtılmasını kapsayan geniş bir alan olarak literatürde yer almaktadır (Süzer ve Doğdubay, 2022; Öztürk ve Akoğlu, 2020). Geleneksel yemeklerin ve yerel üreticilerin korunması ile sürdürülebilir gastronominin gelişimine katkıda bulunulabilir (Güleç ve Yılmaz, 2024). Coğrafi işaretleme sistemi ise belirli bölge sınırları içerisinde üretilen veya hammaddeleri ve/veya üretim tekniklerinden en az biri o bölgeye özgü olan ve bölgenin özelliklerini yansıtan ürünleri koruma amacı gütmektedir. Bu açıdan incelendiğinde coğrafi işaretleme sisteminin sürdürülebilirliğe katkı sağladığı çıkarımı yapılabilir. Durlu Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can (2013), sürdürülebilir gastronomi turizminde coğrafi işaretlemenin rolünü araştırdıkları çalışmalarında literatür taramaları ile bir kuramsal model ortaya koymuşlardır. Bu kuramsal model ile coğrafi işaretleme sisteminin yerel kalkınma, ekonomik bir değer ortaya koyma, tanıtma ve koruma amacıyla gastronomi turizmi hareketinde kullanılabileceği görülmüştür. Bu çalışma ile coğrafi işaretleme sisteminin sürdürülebilir yerel ve yöresel lezzetleri, geleneksel üretim sistemlerini koruma ve tanıtma rolü sağladığı ortaya konulmuştur.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1 Sürdürülebilirlik ve Menü Yönetimi

Küresel nüfusun hızla artışı ve endüstrileşmiş toplumlardaki tüketim alışkanlıklarında meydana gelen değişiklikler, beslenme sistemlerimizin sürdürülebilirliği açısından risk oluşturmaktadır (Hoek vd., 2021: 611). Bu faktörlerin yanı sıra, yiyecek ve içecek endüstrisinin hızla genişlemesi, enerji ve su kaynaklarının tüketiminde önemli artışlara ve ciddi miktarda gıda atığının üretilmesine neden olmuştur (Jang, Zheng ve Bosselman. 2017). Destinasyona ait kültürel özelliklerin daha uzun süre yaşatılması, sürdürülebilir gastronomi kavramının önemini arttırmaktadır. Sürdürülebilir gastronomi turizmi, yerel toplulukların ve tarımın gelişimini desteklemekte, çevre dostu gıda üretimini teşvik etmektedir (Güngör, 2022:85).

Restoranlar, sürdürülebilirlik ilkelerini benimseyerek ve bu değerleri tüketicilere aktararak hem olumlu hem de deneyimsel bir atmosfer oluşturmayı hedeflemektedir (Östergren, Walter, Gustavsson ve Jonsson, 2023). Restoran şeflerinin, gıda sürdürülebilirliğinde aktif rol

oynadıkları bilinmektedir (Sünnetçioğlu, Sünnetçioğlu ve İstem, 2023). Müşteri kitlesini etkileyen en önemli aktör olmak ile birlikte, mutfak şefleri, birbirlerini de etkileyerek sürdürülebilir gastronomiye katkı sağlamaktadır (Akdağ ve Şimşek, 2017:362). Mutfak şeflerinin, belirli bir topluluğun paydaşları olarak yiyecek içecek trendlerini değiştirerek meslektaşlarını da bu değişimler ile etkiledikleri görülmüştür (Richardson ve Fernqvist, 2022, Batat, 2020: 4).

Restoran şefleri; organizasyon şeması hazırlanması, personel seçimi, ihtiyaç duyulan ekipmanların belirlenmesi, menü planlama gibi pek çok adımda sürece dâhil olmaktadır (Özdemir ve Nebioğlu, 2015). Bu sebeple restoran şeflerinin planlamış olduğu bir menünün sürdürülebilir gastronomiye etki edeceği düşünülmektedir.

Menü bir işletmenin ne üreteceğini, nasıl ve hangi ekipmanlar kullanarak üreteceğini, bunu sağlamak için ne kadar personele ihtiyaç duyulduğunu gösteren bir kılavuzdur. Firma imajının sağlanmasında da menü etkili olmaktadır (Özdemir ve Çalışkan, 2014). Menünün içeriği müşteriyi etkilemede bir strateji olarak kullanılabilir. Müşterilerin istek ve beklentilerini karşılayan menüler hazırlanması müşteri memnuniyetini de sağlamaya yardımcı olmaktadır. Menüler restoran işletmecilerinin kalabalıkları memnun edebileceği pazarlama araçlarıdır (IP ve Chark, 2023:1). Menü yönetimi ile ilgili literatürde yer alan çalışmalara göz atıldığında çalışmaların büyük bir kısmının menü tasarımına odaklandığı (Cankül, 2019, Magnini ve Kim, 2016; Doğdubay ve Saatçi, 2014) bir diğer kısmının ise menü içeriğine (Ensaft, 2021; McCall ve Lynn, 2008; Bowen ve Moris, 1995) odaklandığı görülmüştür.

Menü, müşteri memnuniyetinin sağlanması, müşterilerde tekrar ziyaretin geliştirilmesi ve işletme verimliliği açısından önemli bir araçtır. İşletmeye alınması gereken ürünlerin ve ekipmanların, ne kadar ve hangi niteliklerde personele ihtiyaç duyulduğunun belirleyicisi menülerdir (Kızıldemir ve Kaderoğlu, 2021: 299). Menü restoran başarısının merkezi bileşenlerinden biridir (Nemeschansky vd., 2020: 2). Bu sebeple işletmede menü yönetimi yapılması ve iyi planlanmış menülere yer verilmesi işletmeler için bir gerekliliktir.

Alanyazında yapılan çalışmalar incelendiğinde menü tasarım ve içeriklerinin tüketicilerin yemek seçimlerini etkilediği görülmüştür (Bacon ve Krpan, 2018; Filimonau ve Krivcova, 2017). Tüketicilerin yemek seçimleri dürtme adı verilen çeşitli uygulamalar ile

yönlendirilebilmektedir. Yemek seçiminde yemeğin fiyatı, besleyiciliği, yerelliği ve çevreye bıraktığı etkiler gibi pek çok kriter etkili olmaktadır (Kang vd., 2015).

Özdemir ve Nebioğlu (2015), mutfak şeflerinin menü planlamaları yaparken dikkat ettikleri unsurları belirlemek adına bir nitel araştırma hazırlamışlardır. Bu araştırma kapsamında mutfak şeflerinin menülerini planlarken dönemsel menü analizleri yaptıklarını, ürünlerin satış miktarlarına göre az satılan veya tabaklarda artakalan ürünler ile ilgili düzenlemeler yaptıkları bulunmuştur. Şeflerin tüketicilerden aldıkları dönütler ile servis sonunda masadan geri dönen tabaklarda kalan yiyeceklerin ne kadarının yediklerine de dikkat ettikleri ve bunlarla ilgili notlar alarak düzenlemeler yaptıkları görülmüştür. Bu açıdan bakıldığında şeflerin menü planlaması yaparken ürünün beğenilirliğine dikkat ettikleri ve tüketici taleplerine ürünün karlılığı kadar önem verdikleri görülmüştür.

Kapucuoğlu ve Güçlü Nergiz (2018), Türk mutfağının korunması kapsamında yerel yiyecek kullanımının etkisini mutfak şeflerinin bakış açısından araştırmışlardır. Şeflere tedarik zincirleri, yerel yiyecek kullanımının sağladığı yararlar ve engeller, sürdürülebilirliği sağlamada yerel yiyecek kullanımı ile ilgili sorular yöneltilmiştir ve görüşleri alınmıştır. Araştırma sonucunda şeflerin yerel tedarik zincirinde yer yer sorunlar yaşadıkları gözlemlenmiştir. Yerel yiyecek kullanımı ile Türk mutfağının korunmasına katkı sağlanacağına dikkat çekilmiştir.

Menü planlamaları yapılırken kullanılan çeşitli modellemeler mevcuttur. Bu modellemeler sayesinde mevcut menülerin performansları analiz edilebilir veya yeni oluşturulacak menülerde finansman, maliyet ve muhasebe planlamaları yapılırken yol gösterici olarak kullanılabilir. Bu modellemelerden en popüler olarak kullanılanı Kasavana ve Smith'in Boston Matrisi olarak da bilinen BCG Büyüme Payı Matrisi'ni temel olarak geliştirdiği matristir (Horváth vd., 2022: 113). Boston Matrisi pazarlama sektöründe ürünlerin performanslarının değerlendirilmesi için kullanılmaktadır (Noone ve Cachia, 2020: 2). Kasavana ve Smith'in geliştirdiği matris ise menü mühendisliği alanında kullanılmaktadır ve menüde yer alan ürünleri işletme açısından en yüksek karlılığa ve satışa sahip ürünler (*stars*), satış hacmi yüksek ancak karlılığı düşük ürünler (*plowhorses*), hem satışı hem karlılığı düşük ürünler (*dogs*) ve satışı düşük olan ancak karlılık açısından yüksek kar getirisi olan ürünler (*puzzles*) olarak sınıflandırmaktadır (Özer ve Ağan, 2019: 408). Bu tür stratejiler ile menü

planlamaları yapılırken en yüksek karlılık hedeflenmekte ve ürün maliyetini en uygun seviyede tutabilmek amaçlanmaktadır. Menü planlamaları yapılırken çoğunlukla brüt kar miktarı, maliyet gibi unsurlar dikkate alınsa da işletmelerde müşterilerden gelen dönütler de dikkate alınmakta ve bu çerçevede planlamalar yapılmaktadır (Jones ve Miffl, 2001).

2.2 Coğrafi İşaret Kavramı

Coğrafi işaret; “Tüketiciler için ürünün kaynağını, karakteristik özelliklerini ve ürünün söz konusu karakteristik özellikleri ile coğrafi alan arasındaki bağlantıyı gösteren ve garanti eden kalite işaretidir” olarak ifade edilmektedir. Coğrafi işaret, kalitesi, gelenekselliği, yöreden elde edilen hammaddesi ile yerel niteliklere sahip olan ürünlerin korunmasını hedeflemektedir. Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşen ve esas nitelikleri belirli bir coğrafi alana ait doğal ve beşerî unsurlardan kaynaklan ürünler menşe adı coğrafi işareti ile tescillenmektedir. Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla belirli bir coğrafi alan ile özdeşleşmiş olan; üretim, işleme ya da diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş coğrafi alan içinde gerçekleşmesi gereken ürünler ise mahreç işareti ile tescillenmektedir (Türk Patent Enstitüsü, 2023).

Coğrafi işaretli ürünlerin restoran menülerinde kullanımı ile ilgili çeşitli çalışmalar literatürde yer almaktadır (Güleç ve Cömert, 2022: 2155; Murat ve Ergen, 2022; Kamber-Taş ve Taş, 2020; Yavuz ve Özkanlı, 2019; Yazıcıoğlu, Işın ve Yalçın 2019; Büyüksalvarcı, Şapcılar ve Yılmaz, 2016). Yapılan bu çalışmalar doğrultusunda restoran menülerinde coğrafi işaretli ürünlerin sınırlı kaldığı söylenebilir. Işın ve Yalçın (2020)’ın Türkiye’nin yedi coğrafi bölgesinde yer alan illerde www.tripadvisor.com.tr’ye göre ilk on sırada bulunan yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde tescilli mahreç işaretine sahip ürün bulundurma durumları incelenmiş, 630 işletmeden yalnızca 21 işletmenin menüsünde tescilli mahreç işaretine sahip ürün yer aldığı belirlenmiştir. Benzer şekilde yapılan bir diğer çalışmada ise; Akdeniz Bölgesi’ndeki Adana, Mersin, Hatay, Kahramanmaraş, Antalya, Burdur ve Isparta illerinde www.tripadvisor.com’a göre belirlenen ilk on yiyecek- içecek işletmesinin menülerinde tescil edilmiş mahreç işaretli ürünlerin yeterince sunulmadığı ortaya konmuştur (Yazıcıoğlu, Işın ve Yalçın, 2019). Yıldız ve Akdemir (2020: 467)’in araştırmasında; Isparta’daki yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde coğrafi işaretli ürün oranını %10 olarak tespit etmiştir. Yılmaz ve

Çilingir Ük (2021: 396) Ankara'daki turizm işletme belgeli yiyecek içecek işletmeleri menülerinde coğrafi işaretli ürünlerin yer alma oranının %4 olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan tur programlarındaki yeme içme etkinliklerinde coğrafi işaretli ürünlere yer verilip verilmediğini inceleyen çalışmalar da bulunmaktadır. GAP Bölgesi'nde birçok menşee ve mahreç ürün yer almasına rağmen bunların tur programlarına yeterince yansıtılmadığı görülmektedir (Sezen Doğancılı, 2020: 255). Kızılırmak, Ofluoğlu ve Şişik (2016) çalışmasında gizli kalmış mutfak kültürü ve lezzetlerin tur güzergahlarında yer almasının destinasyonların ulusal ve uluslararası tanıtımının yapılmasında etkili bir unsur olduğu ifade edildiği için tur planlayıcılarının tur içeriklerini revize etmeleri önerilmiştir.

Gastronomik kimliğin korunmasında coğrafi işaretlemenin rolü ile ilgili teorinin pratikte nasıl gerçekleştiğini açıklamak amacıyla Doğdubay ve Sünnetçioğlu (2015), coğrafi işaret ile tescillenen İnegöl köftesi üzerinden araştırmalar yapmıştır. Hazırlanan çalışmada, Bursa'nın İnegöl ilçesine ait coğrafi işaretli bir ürün olan İnegöl köftesinin işaret almasının ürünün ve yörenin korunmasına katkı sağladığı görülmüştür. Öte yandan, coğrafi işaretli olan bu ürünün herhangi bir denetiminin gerçekleştirilmediği ve ürünün tescili ile elde edilmek istenen amaca ulaşamadığına vurgu yapılmıştır.

Coğrafi işaretleme sisteminin, ürünlerin sahip olduğu kimliğin gelişmesine ve korunmasına katkı sağladığı bilinmektedir (Arslan vd., 2023). Menülerde yer alan yiyeceklerin coğrafi işarete sahip ürünlerden seçilmesini, müşteriler tarafından ürünün tanınırlığını arttıracak ve pekiştireceği düşünülmektedir.

Tablo 1. Bursa İli Coğrafi İşaretli Ürünleri

Bursa İli Coğrafi İşaretli Ürünleri	
Mahreç işareti	Menşee işareti
Bursa bıçağı 2018	Bursa santa maria armudu 202x2
Bursa cantık 2021	Bursa siyah inciri 2022
Bursa cevizli lokum 2021	Bursa şeftalisi 2019
Bursa döner kebabı 2022	Gemlik atı 2002
Bursa kestane şekeri 2021	Gemlik zeytini 2005

Bursa pideli köfte	Gürsu deveci armudu 2019
Bursa süt helvası 2021	Hasanağa enginarı 2020
Bursa tahinli pide	Karacabey soğanı
Kemalpaşa tatlısı 2021	İzmit müşküle üzümü 2021
Müşküle iğne oyası 2021	İzmit çinisi 2009
Orhangazi Gedelek turşusu	Yenişehir biberi
İnegöl köfte 2006	

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu, 2023

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın Amacı ve Modeli

Araştırma kapsamında, yiyecek ve içecek işletmelerinin perspektifinden coğrafi işaretli ürünlerin değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Çalışma ile coğrafi işaretli ürünlerin yiyecek içecek işletmeleri menülerinde kullanımını belirlemek hedeflenmiştir. Bu bağlamda, Bursa ilinde görev yapan ve alanında uzman 8 mutfak şefi ile görüşmeler yapılmıştır. Şeflerin Bursa yöresine ait coğrafi işaretli ürünler ile ilgili görüşleri, menü planlama süreçlerinde coğrafi işaretli ürün kullanımları ve bu ürünlerin kullanımının sürdürülebilirlik açısından önemi araştırılmıştır. Araştırma, katılımcıların menü yönetimi ve planlama aşamalarında coğrafi işaretli ürünleri ne sıklıkla ve nasıl kullandıklarını belirlemek amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden biri olan olgu bilim modeli kullanılarak yürütülmüştür. Olgu bilim araştırmalarında araştırma katılımcıları olguyu yaşayan veya deneyimlemiş kişilerden seçilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

3.2. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini Bursa ilinde yer alan restoranlarda görev yapan ve menülerinde coğrafi işaretli ürünlere yer veren restoran şefleri oluşturmaktadır. Veri toplanma süreci cevaplar doyuma ulaştığında sonlandırılmıştır. Katılımcıların tamamı işletmelerinde baş şef olarak görev yapmaktadır. Katılımcıların %16'sı üniversite mezunu, %50'si ise lise mezunudur. Araştırmada yer alan veriler toplanmadan önce, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Bilimsel Araştırma Etik Kurulundan 2023-YÖNP-0463 nolu 21.06.2023 tarih ve 08/41 sayılı raporu alınarak araştırmanın etik olarak uygulanabilirliği doğrulanmıştır.

3.3. Verilerin Toplanması ve Analizi

Nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılarak çevrimiçi ve yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırmalarda veriler doğal ortamında toplanmaktadır (Marshall ve Rossman, 2014). Bu çalışmada elde edilen verilerin çoğunlukla katılımcıların çalışma ortamlarında toplanması çeşitli gözlemler yapılmasına olanak sağlamıştır. Görüşmeler restoranlarda baş şef olarak görev yapan mutfak çalışanları ile gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler yaklaşık 30 dakika sürmüştür. Görüşmeler sırasında ses ve görüntü kayıtları alınmıştır. Katılımcılara toplamda 11 soru yöneltilmiş olup derinlemesine bir araştırma yürütmek amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşmeler sırasında katılımcıların gönüllülük esasına bağlı olarak araştırmaya katılmaları sağlanmıştır.

Bilimsel araştırmalarda elde edilen bilgiler türlerine göre farklı yöntemler kullanılarak analiz edilir. Nitel araştırmalarda bilgide genelleme yapmak yerine elde edilen bilgileri detaylı ve derinlemesine incelemek hedeflenmektedir (Ültay vd., 2021). Yürütülen bu çalışmada, yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak elde edilen veriler betimsel analize tabi tutulmuştur.

Betimsel analiz; araştırmacının gözlem ve görüşmeler yoluyla elde ettiği bulguları belirli temalar altında düzenleyerek tanımlaması ve yorumlaması ile yapılmaktadır. Betimsel analizde bulguları açık bir şekilde aktarabilmek amacıyla doğrudan alıntılara sıklıkla yer verilmektedir (Özdemir, 2010). Bu çalışmada da katılımcıların görüşlerine net bir şekilde yer verebilmek adına doğrudan alıntılara başvurulmuştur. Katılımcılardan elde edilen veriler sistematik şekilde temalandırılmış, ardından bu temalar çerçevesinde betimlemeler ile bulgular yorumlanmıştır. Katılımcılar K1, K2, K3 şeklinde devam edecek şekilde kodlanmıştır.

3.5 Geçerlik ve Güvenilirlik

Çalışmanın geçerlik ve güvenilirliğinin sağlanması adına, çalışmada amaçlı örnekleme gerçekleştirilmiştir. İç geçerliği artırmak adına katılımcı teyidi alınmış ve görüşmeler mümkün olduğunda uzun tutulmuştur. Çalışmanın güvenilirliğine katkı sağlamak adına doğrudan alıntılara yer verilmiştir (Coşkun vd., 2019). Araştırmanın analizleri sırasında elde

edilen veriler birden fazla araştırmacı tarafından kodlanmış ve karşılaştırılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

4. Bulgular

Katılımcılara menü ile ilgili görüşleri sorulduğunda menünün işletme için önemli olduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir. Menünün bir rehber olduğunu ve işletme için bir pazarlama aracı olarak kullanılabileceğini ifade etmişlerdir. Katılımcılar işletme imzası ve işletme kimliği kelimelerini kullanarak menüyü tanımlamışlardır.

K1: “Menü içerikten daha çok restoranın kalite seviyesini belirler.”

K2: “(...) Restoran çok güzel masa ve sandalyelerden oluşmaz, menü ve hizmetten oluşur.”

K3: “Menü işletmenin imzasıdır.”

K4: “Menü işletmenin karakteridir.”

K5: “Menü işletmedeki en önemli şeydir, göstergedir.”

K6: “Menü müşteriye yönelik oluşturulur. Menü oluştururken mevcuttaki müşteri profiline dikkat ediyoruz (...)”

K7: “Menü bir pazarlama aracıdır. Bir rehberdir.”

K8: “Menü her şeydir. Biz menümüzde çeşitliliğe yer veririz. Bursa’daki her üründen koymaya çalışırız”

Menü planlamasında önem verilen kriterler arasında verilen ortak cevap menülerin mevsime uygun ürünlerden oluşması ve menü hazırlanırken maliyet hesaplamalarının doğru yapılması olmuştur. Katılımcılar menülerinde mevsiminde sebze, meyve ve etler kullanmaya özen göstermektedirler. Bununla birlikte menüdeki ürünlerin dengesi ve ürün çeşitliliğinin bulunması önem verilen kriterler arasında ikinci sırada yer almaktadır. Menü planlarken bütçe planlaması yapılması ve menüde yer alan ürünlerin servise ve hazırlığa uygun olması da dikkat edilen unsurlar arasında yer almaktadır. Menü planlamasında dikkat edilen hususlar aşağıdaki gibi özetlenebilir;

Mevsimsellik

Çeşitlilik

Menü kalemleri arasındaki uyum

Operasyona uygunluğu

Karlılık

Maliyet

Lezzet

Tedarikte süreklilik

Müşteri profili ve restoran konsepti

K1: “(...) **dönemin malzemelerini** kullanırım. **Mevsim meyve sebzeleri** hatta dönem dönem hayvanların etlerinin özellikleri bile değişir. Bazı etler bazı mevsimlerde kokar. Buna dikkat ediyorum. İlk etken **dönemsellik**. İkinci etken **menüdeki ürün çeşitliliği**. **Yemekler arasındaki uyuma** dikkat ederim. Sulu yemekler var mı, fırında ürün sunuyor musunuz, konseptte uygun mu oluşturulan menü. Yeni ürünlere özellikle yer veririz. Her menüde yeni ürünler ekleriz. Kemik bir menü var bunun üzerine yeni ürünler de eklemeye çalışıyoruz. Misafirimiz sürekli gelen misafirler ayda 2 3 defa ağırlıyoruz her sefasında aynı ürünler ile ağırlamak istemiyoruz bu yüzden menü çeşitliliği oldukça önemli. **Operasyona uyumlu mu** buna dikkat edilir. Servise kaç dakikada hazırlanır bunları planlamak önemli. Cost da başka bir boyutu. İşletmenin para kazanması da gerekli. Kazandıramayan bir menü başarılı olmayabilir. **Mevsimsellik cost konusunda yardımcı oluyor. Mevsiminde ürün çok daha uygun fiyatlarda oluyor. Mevsimi dışında 4 5 katında satılıyor.**”

K2: “(...) **Mevsimine göre** ürünler bulunmasına dikkat ederim. Yazlık ve kışlık sebzeler kullanırım.”

K3: “Bir: kullanacağım **ürünün sürekliliğinin olması**, iki: **maliyetinin düşük olması**, üç: **lezzetli olması.**”

K6: “Şimdi şöyle menüleri biz oluştururken mevcuttaki **müşteri profiline** dikkat ediyoruz. (...) Yemeği içinde bulunduğun bölgeye göre pişirmen gerekiyor. Menüü de buna göre hazırlaman gerekiyor (...)”

K7: “Öncelikle kim için, ne için? Yani aslında 5N1K sorularını sormak lazım şimdi kim için hazırlanıyor, ne zaman sunulacak? Zamanı bile çok önemli. Özellikle hani **mevsimi** çok önemli mesela. Neyle hazırlamamız gerekiyor? İmkânlar neler, hazırladığımız menü **ile tedarik konusunda sıkıntılar yaşayacak mıyız? Yaşamayacak mıyız? Denizi olmayan bir yerde deniz ürünleriyle menü hazırlamak çok maliyetli olacaktır diye düşünüyorum**”

Menülerde bölgeye özgü ürün kullanımının işletmeye avantaj sağladığı katılımcıların çoğunluğu tarafından ortak bir görüş olarak belirtilmiştir. Avantajları arasında ürünün kısa mesafede ve hızlı ulaşılabilir olması gelmektedir. Ürünler dezavantaj yönünde ele alındığında ise K1 üreticinin ihtiyaç duyulan ürün kapasitesini karşılamakta zorlandığına ve lokal üreticilerin üretim kapasitesinin ihtiyaç duyulandan düşük kaldığına dikkat çekerken, K2 ve K3 kullanılan ürünün restoran konseptine uyumlu olmamasını bir dezavantaj olarak değerlendirmiştir. K5 ve K6 bölgesel ürünlerin yeterli denetimlerle kontrol edilmediğinden söz etmişlerdir. K6, gerekli ISO belgelerinin ve bakanlığın zorunlu tuttuğu üretim sertifikalarının yerel üreticilerde yer almadığından dolayı yerel ürün kullanımında bazı dezavantaj yaşadıklarından söz etmiştir. K7, yerel üreticilerin ve işletmelerin birbirlerini karşılıklı olarak desteklemeleri gerektiğini, bu sayede birlikte kazanacaklarını belirtmiştir.

K1: “Malzemenin kaç km **yolculuk** ettiği çok önemli. Bursa’da yerli bir manavımız var çoğunlukla onlardan alışveriş yapıyoruz. Üreticiyi tanıyorsun, ürünle ilgili sıkıntı yaşama ihtimali çok düşük. Ürün çok yolculuk yapmıyor **taze şekilde** ulaşılabilir”

K1: “Bazı üreticiler **ihtiyaç duyulan belgeleri karşılayamayabiliyor**. Tarım bakanlığının gerekli gördüğü kurallar vs. karşılanamayabiliyor. Ancak biz hiç yaşamadık henüz. Yaşanan olumsuzluklardan bir diğeri de ödeme. Ödemeyi en fazla 1 ay uzatabilirsiniz ancak yerel üreticilerde ödemeyi geciktiremiyorsunuz. Her şeye rağmen ürün kalitesi hepsine bedel oluyor bunu söyleyebilirim.”

K3: “Kullandığımız ürünün bölgesel olması bazen yeri geliyor çok güzel oluyor çünkü bulunduğumuz bölgeye özgü oluyor, yeri geliyor farklı şeyler çıkıyor. Tabi bu da menüü

planlarken kullanıma bağlı. Neyi nasıl kullandığınıza bağlı. Dezavantajı da oluyor. Genelde **menüye veya konsepte uymuyor. Bazen tedarikinde sıkıntı oluyor çünkü her şeyi her zaman bulamıyorsunuz**”.

K6: “Evet Bugün Bursa'da birçok ürüne coğrafi işaret alanı var ama yani bu almayla bitmiyor bu iş. Gerekli belgeleri var ISO belgeleri, bakanlığın zorunlu tuttuğu bu belgeleri yerel üreticiler karşılamıyor (...) Mesela Gürsu'da patlıcan yetiştireceksen başka yerde yetişmesine izin verilmemesi gerekiyor. O zaman ne olur? O kooperatiflerle birlikte çiftçiler de gelişir. (...) **Yeterli denetimlerin yapılması gerekiyor.**”

K7: “Şöyle, **yerel üreticilerin kesinlikle desteklenmesi** taraftarıyım. Ayrıca yerel üreticinin de buna teşvik vermesi taraftarıyım. Yani karşılıklı. **Kesinlikle karşılıklı bir etkileşim olması** yerel üretici ürününün kullanılmasında için işletmelere kolaylık sağlaması lazım. Yani dışarıya verdiği fiyattan çok daha düşük fiyatlara dışarıya verdiği kaliteden çok daha yüksek kalitelere kendi tebaasına, kendi çevresindeki işletmelere ürün vermeli. Tabii ki yerel ürünlerin kullanılması hem **lojistik** açısından yani nakliye açısından büyük kolaylık sağlayacak. Bu da maliyeti düşür. İşletme açısından çok büyük faydası olacaktır.”

Katılımcıların tamamının coğrafi işaretli ürün sistemi hakkında önceden yeterli bilgiye sahip olduğu ifade edilebilir. Katılımcıların bir kısmına güncel Bursa coğrafi işaretli ürünleri listesi (Tablo 1) yeniden gösterilerek hatırlatma yapıldı. K2 ve K8 Bursa bölgesinin coğrafi işaretli ürünlerini değerlendirirken ürünleri yıllardır tanıdığını, kullandığını ve kaliteli ürünler oldukları için iyi bir marka yarattığını düşündüğünü iletirken K4 bu konuda Süt helvası, İskender kebabı gibi mahreç işaretli ürünlerden çok menşee işaretli ürünlerin bu sistemde yer almasını daha doğru bulduğunu iletmiştir. K1, diğer katılımcılardan farklı olarak coğrafi işaretleme sistemi ile ilgili yeterli araştırmaların yapılması gerektiğini ve gerekli hassasiyetin gösterilmesi gerektiğini belirtmiştir. K5, Bursa yöresinde coğrafi işaretleme uygulamasının yeni gelişmekte olan bir sistem olduğunu belirterek bu uygulamayı “emekleme aşamasında” şeklinde ifade etmiştir. K7, coğrafi işaretin tapulaştırma gibi kullanıldığını ifade ederek amacı dışında kullanıldığını düşündüğünü belirtmiştir.

K2: “Evet duydum bu sistemi. Süt helvasını daha önce duymamıştım. Ya bence çok güzel ürünler. Kestane şekerini biz 25- 30 yıldır tanıyoruz, kullanıyoruz. Çok güzel bir şey çok gurur verici ve çok da önemli bence. İyi anlamda **marka yaratıyor.**”

K8: “Ben yıllardır Osmanlı ve Bursa mutfağı ile ilgili araştırmalar yapıyorum efendim. Bursa ürünleri **çok kıymetlidir** bütün ürünlerini yıllardır kullanırız. Zeytinli baklava yaparız mesela, duymuş muydunuz daha önce? (...) Kestane çorbası, kestaneli iç pilav yaparız. Mesela Bursa siyah incirinden incir dolması yaparız, saray mutfağından kalmış bir yemek bu.”

K4: “(...) Bence İskender, süt helvası gibi işlenmiş ürünler yer almamalıydı. Zeytin, şeftali gibi ürünler yer almalıdır.”

K1: “**Coğrafi işaretin orijinaline çok uygun verildiğini düşünmüyorum.** Çoğunlukla ilk başvuran alıyor. Mesela Bursa’da santa maria armudu olduğunu da düşünmüyorum neye göre kim verdi belli değil. Çoğu yerde faydalı ve **bölgeyi kalkındırdığını düşünüyorum,** Taşköprü sarımsağı gibi. Ama bunun **yeteri kadar denetimi yapıldığını düşünmüyorum.**”

K5: “Bursa'nın coğrafi işaretleri dediğim gibi **emekleme aşamasında.** Evet. Yani bunun yolu Uzun, İtalya bunun yıllar önce oturtmuş. Bugün Grana Padano yazıyorsa o peynirin üzerinde biliyorsunuz ki sadece o bölgeden çıkmış olabilir. Başka bir bölgede yetişen hayvandan yapılan sütlere asla o damgayı basamıyor. Evet Bugün Bursa'da birçok ürüne coğrafi işaret alanı var ama yani bu almayla bitmiyor bu iş. (...) Aslında bunu, **tarım politikasını çok keskin kurullarla netleştirip ve bölgelere bölmek lazım.**”

K7: “Aslında coğrafi işareti biraz şey gibi görüyor insanlar hani, **tapulaştırma** gibi. Yani sahiplenme olayı gibi görülüyor. Yörenin, bu benimdir demek için yaptığı bir işlem gibi görüyorum Türkiye’de. **Amacı dışında kullanıldığını düşünüyorum.** Amacını gerçekleştiremedik”

Menü planlarken coğrafi işaretli ürün seçiminde K3 tedariğin sağlanabileceği ürünlerin menüde yer alması gerektiğini belirtmiştir. K4 yerel ürünlerin ithal ürünler ile harmanlanarak kullanılabileceğini ve böylece kaliteli ürünler ortaya koyulabileceğini aktarmıştır.

Bursa bölgesinde kullanılan coğrafi işaretler arasında menülerde en sıklıkla yer alan ürünün kestane ve kestane şekeri olduğu görülmüştür. Şeftali, zeytin, incir, armut ise en sıklıkla menülerde kullanılan ürünler arasında yer almaktadır. Coğrafi işaretli ürün kullanımının

avantaj ve dezavantajları sorulduğunda katılımcılar avantajlar arasında mevsiminde ürün kullanabilmesi ve ürüne kolay ulaşılabilmesinin yer aldığından söz etmişlerdir. K4 bu konu hakkında görüşlerini şu şekilde dile getirmiştir:

K4: *“Bulduğumuz bölge itibari ile bu lezzetlere daha yakın ve bu lezzetleri bilen misafir portföyümüz var bu sebeple bu ürünleri kullanmakta herhangi bir handikap duymuyoruz. Avantajı daha fazla bizim için”*

Restoranlarda yer alan ürünlerin sürdürülebilirlik açısından sağladığı faydalar sorulduğunda katılımcılar farklı görüşler bildirmişlerdir. K2 *“(…) Talep oldukça ürünlerin üretimi de çoğalacak kalitesi de artacak diye düşünüyorum bence önemli. Üretici ve tüketici bilinci de artıyor. Coğrafi işaretlerde bir tür markalaşma oluyor bu da kaliteyi artırıyor. Bence sürdürülebilirlik için çok önemli”* şeklinde görüşlerini belirterek coğrafi işaretli ürünlerin tanıtım amaçlı kullanılabilceğini böylece üründe markalaşma ile ürün kalitesinin artırılabilceğini düşündüğünü belirtmiştir. Öte yandan K1 sürdürülebilirlikte coğrafi işaretlemeden önce yerel ürün kullanımının gelmesi gerektiğini düşündüğünü belirterek coğrafi işaretli ürünlerin lokal ve taze oldukları için üretimde kaliteyi de arttırdıklarını belirtmiştir:

K1: *“Kesinlikle düşünüyorum. Ürünün yolculuğu azalıyor. Tarladan kesilen ürün sekiz saat içerisinde mutfağımda oluyor. Ancak coğrafi işaretli ürün kullanımından çok lokal ürün kullanımının daha önemli olduğunu düşünüyorum. Örneğin Simav domatesi de coğrafi işaretli ancak ürün tırın üzerinde sıcakta saatlerce yolculuk yapıyor elime ulaştığında büzüşmüş oluyor. Bu yüzden coğrafi işaretli üründen önce yerel ürün geliyor benim için (...) Ürün taze olduğunda daha çok verim alabiliyorum. Ürün uzak yerden gelene kadar bozuluyor maalesef.”*

Katılımcılar menü planlarken sürdürülebilirliğin sağlanmasında mevsimsel ve lokal ürün kullanımının önemli olduğuna vurgu yapmışlardır. Katılımcılar mevsiminde kullanılan ürünün maliyet açısından da fayda sağladığını belirtmişlerdir. K3 sürdürülebilir bir menü sağlayabilmek adına bir ürünü birden fazla reçetede kullanabileceği şekilde bir menü planlaması yaptığını belirtmiştir. Bu şekilde ürün zayıyatını engelleyerek bir ürünü birden fazla yemeğe dönüştürebildiğini belirtmiştir.

K3: “Benim felsefem nedir biliyor musun, bir ürünü birden fazla reçetede kullanabilmek. Bu şekilde hem ürün zaiyatı olmuyor hem de bir ürünü birden fazla şeyde değerlendirmiş oluyorum.”

Katılımcıların tümü restoranlarda coğrafi işaretli ürün kullanımı ile ilgili olumlu geri dönüş aldıklarını belirtmişlerdir. Müşterilerin yedikleri ürünlerin nereden geldiğini özellikle öğrenmek istediklerini ve yerel ürün kullanımının işletmede yer alan ürünlerin değerini de yükselttiğini belirtmişlerdir. Katılımcı şeflerin tümü ürünlerin tedariginde herhangi bir sorun yaşamadıklarını ve ürünü her zaman taze bir şekilde bulabildiklerini ifade etmişlerdir.

5. Sonuç ve Öneriler

İlgili alanyazın ile karşılaştırıldığında, menülerde yer alan coğrafi işaretli ürünler ile ilgili çeşitli araştırmalar yapılmış (Ünal ve Akyol, 2024; Şahin ve Güçlütürk, 2022; Murat ve Ergen, 2022; Şahin, 2020), sürdürülebilir gastronomi ile ilişkisinin karşılaştırıldığı az sayıda araştırmaya rastlanmıştır (Yılmaz ve Çilingir Ük, 2021; Yıldız ve Akdemir, 2020).

Ünal ve Akyol (2024), yiyecek içecek işletmelerinin yöneticileriyle coğrafi işaretli ürünlere yönelik görüşleri hakkında bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Bu araştırmaya göre; işletme yöneticileri, menülerde yer alan coğrafi işaretli ürünlerin satışları olumlu etkileyeceğini ve turizme katkı sağlayabileceğini düşündüklerini iletmişlerdir. Ancak çalışma sürdürülebilirlik ile herhangi bir bağlantı kurmadığından bu çalışmayla sonuçları bakımından farklılıklar göstermektedir.

Kızıldemir ve Kaderoğlu (2021), yiyecek içecek işletmelerinde yer alan menü tasarımlarının sürdürülebilirliğe olan etkisini araştırdıkları çalışmalarında standart reçete kullanımı ve coğrafi işaretli ürün kullanımının sürdürülebilirliğe katkısı olabileceğini savunmuşlardır. Yapılan bu çalışmada ise örnekteki makaleye benzer olarak mutfak şefleri reçetelerde yer alan coğrafi işaretli ürünlerin sürdürülebilirliğe katkı sağlayacağını düşünmektedirler.

Kaya (2019), Eskişehir’de faaliyet gösteren restoranlar ile yaptığı çalışmada işletmelerin sürdürülebilirlik faaliyetleri üzerinde durmuştur. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre sürdürülebilirlik faaliyetlerinin yeterli düzeyde olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ancak bu çalışmada coğrafi işaretli ürünler özelinde bir araştırmaya yer verilmemiştir.

Mutfak şeflerinin coğrafi işaretli yöresel gastronomi ürünlerini kullandıkları ama yine de tanıtım eksikliği olduğu, müşteri memnuniyetine dair geri bildirimlerin alınmadığı ve çeşitli nedenlerle turistlere bu ürünlerin sunumunda hala tedirginliklerinin olduğu tespit edilmiştir (Işık ve Sevim, 2023). Bununla birlikte menülerde coğrafi işaretli ürüne yer verilmeme nedenleri; yöneticilerinin ve çalışanlarının yeterli düzeyde bilgi sahibi olmamaları, tedarik sürecinde yaşanan sorunlar, yöresel yiyecek maliyetinin yüksek olması, özgün yiyecekleri oluşturabilecek ve sunabilecek nitelikte personelin bulunmaması, ürünlerin uzun süre bekletilememesi, menünün uygun olmaması, aynı kalitede ürün devamlılığı olmaması olarak ifade edilmektedir (Yavuz ve Özkanlı, 2019; Kamber-Taş ve Taş, 2020).

Katılımcıların yanıtlarından hareketle mutfak şeflerinin büyük bir çoğunluğu coğrafi işaretli yöresel gastronomi ürünü hakkında belirli bir bölgede üretilmiş ürünler olduğunu belirtmekte ve coğrafi işaretli ürünlerin diğer ürünlere göre daha kaliteli olduğunu söylemektedirler. Mutfaklarında coğrafi işaretli yöresel gastronomi ürünlerine yer vermeyen katılımcıların yanıtları incelendiğinde bunun nedeninin müşterilerinin talebinin olmaması şeklinde açıklandığı tespit edilmiştir (Işık ve Sevim, 2023: 55).

Coğrafi işaretleme sistemi, yerel ürünlerin markalaşmasını sağlayarak ürünlere ulaşımı kolaylaştırmaktadır. Bu sistem ile üretici korunarak desteklenmekte, tüketicinin ise yüksek kalitedeki ürüne en güvenilir şekilde ulaşması sağlanmaktadır. Coğrafi işaretli ürünlerin menülerde yer alması yoluyla en taze ve lokal ürün mevsiminde kullanılabilir. Bununla birlikte yerel üreticinin pazardaki yeri sağlamlaştırılarak üretim hacmini genişletmesine olanak sağlanmış olacaktır. Coğrafi işaretli ürün kullanımının yanında yerel ürünlere yer verilmesi de sürdürülebilir bir menü oluştururken önemli kriterler arasında yer almaktadır. Menü yönetiminde sürdürülebilir bir tutum sergilemek için menüde coğrafi işaretli ürünlere yer verilebilir (Rinaldi, 2017) . Böylece mevsime uygun, tedariki kolay ve taze hammaddeler kullanılarak tüketicilere iyi sonuç alacakları bir yemek deneyimi sunulabilir.

Hazırlanan bu çalışmada yalnızca mutfak şeflerinin görüşleri alındığından tek taraflı bir değerlendirme yapılmıştır. Gelecekte yapılacak olan araştırmalarda tüketicilerin bakış açısı ile menülerde yer alan yerel ve coğrafi işaretli ürünler ile ilgili görüşleri araştırılarak çalışmaya çift taraflı bir perspektif kazandırılabilir. Restoran menülerinde yer alan yerel ürünlerin artış

göstermesi ile yerel üreticiler de destekleneceğinden menülerde yerel ürün kullanımının ülke kalkınmasında büyük rol oynayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Akdağ, G., & Şimşek, N. (2019). *Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Kapsamında Yeşil Nesil Restoranları İncelenmesi*. The Journal of Academic Social Science Studies, 7(60), 351-368. [10.9761/JASSS7280](https://doi.org/10.9761/JASSS7280)
- Apak, Ö. C. ve Gürbüz, A. (2022). Sürdürülebilir restoran işletmeciliği uygulamaları üzerine bir içerik analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 194-209. <https://doi.org/10.32572/guntad.1002109>
- Arslan, E., Kendir, H., Akmeşe, H., Bozkurt, H. Ö., Akyollu, K., & Hiçyakmazer, C. T. (2023). Investigation of Tokat Bez Sucuk, a Geographically Indicated Local Food, within the Scope of Sustainable Gastronomy. *Sustainability*, 15(17), 12889. <https://doi.org/10.3390/su151712889>
- Bacon, L., Krpan, D. (2018). (Not) Eating for the environment: The impact of restaurant menu design on vegetarian food choice. *Appetite*, 125, 190-200. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.02.006>
- Batat, W. (2020). Pillars of sustainable food experiences in the luxury gastronomy sector: A qualitative exploration of Michelin-starred chefs' motivations. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57, 102255. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102255>
- Bowen, J.T. ve Morris, A.J. (1995), "Menu design: can menus sell", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 7 No. 4, pp. 4 <https://doi.org/10.1108/09596119510091699>
- Büyükşalvarcı, A., Şapcılar, M. C. ve Yılmaz, G. (2016). Yöresel yemeklerin turizm işletmelerinde kullanılma durumu: Konya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(4) 165-181.
- Cankül, D. (2019). Restoranlardaki menü tasarım unsurlarının müşterilerin tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(1), 249-261.

- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E. (2019). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri (10. Baskı). Sakarya Kitabevi.
- Çağla, Ö. ve Cansu, A. (2019) Boston matrisinin 5 yıldızlı bir otel menüsü örneğinde uygulamaya dönüştürülmesi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 403-419.
- Çekal, N ve Doğan, E. (2022). Sürdürülebilir gastronomide standart reçete ve coğrafi işaretlerin önemi. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 4(1), 49-60.
- Çulha, O. ve Dalkıran, S. (2016). Restoran işletmelerinde üst düzey çalışanlar açısından yöresel yiyecekler: faydalar, engeller ve satın alma ölçütleri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(2), 195- 212.
- Doğdubay, M., & Sünnetçioğlu, A. (2015). Gastronomik kimliğin korunmasında coğrafi işaretlemenin rolü: İnegöl Köftesi örneği. *Eko-Gastronomi Dergisi*, 1(2), 47-59.
- Doğdubay, M., Saatçi, G. (2014). *Menü Mühendisliği*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Durlu, F. Ö., Özkök, F., Sünnetçioğlu, A., Sünnetçioğlu, S. (2021). *Sürdürülebilir Gastronomi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Durlu, F. Ö., Sünnetçioğlu, S., ve Can, A. (2013). Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 1/1, 13-20.
- Ensaff, H. (2021). A nudge in the right direction: the role of food choice architecture in changing populations' diets. *Proceedings of the Nutrition Society*, 80(2), 195-206. <https://doi.org/10.1017/S0029665120007983>
- Filimonau, V., ve Krivcova, M. (2017). Restaurant menu design and more responsible consumer food choice: An exploratory study of managerial perceptions. *Journal of Cleaner Production*, 143, 516-527. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.080>
- Güleç, H., & Cömert, M. (2022). Coğrafi işaretli ürünlerin yiyecek içecek işletmeleri gözünden değerlendirilmesi: Ankara örneği *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(3), 2144–2165.

- Güleç, H., & Yılmaz, İ. (2024). A gastronomical product in Bursa Cuisine; Orhangazi Gedelek pickles. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 35, 100857.
- Güngör, O. (2022). Sürdürülebilir gastronomi turizmi bağlamında coğrafi işaret: Aydın Bozdoğan Olukbaşı Oğlak Çevirme Kebabı Örneği. *Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(2), 84-92.
- Hoek, A. C., Malekpour, S., Raven, R., Court, E., & Byrne, E. (2021). Towards environmentally sustainable food systems: decision-making factors in sustainable food production and consumption. *Sustainable Production and Consumption*, 26, 610-626.
<https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.12.009>
- Horváth, Z. I., Kórnives, C., Júlia, N. K. ve Happ, É. Examining A Menu On The Basis Of The Kasavana-Smith Model In A Hungarian Restaurant. *The Central European Journal Of Regional Development And Tourism*, 111.
- IP, M. M. H. ve Chark, R. (2023). The effect of menu design on consumer behavior: A meta-analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 108, 103353.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103353>
- Işık, N. Ve Sevim, K., N. (2023). Coğrafi işaretli gastronomi ürünü kullanımında mutfak şeflerinin tutumları: Malatya örneği. *Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences* E-ISSN: 2602-4411, 7(1): 46 -58.
- Işın, A. & Yalçın, E. (2020). Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (4), 2507-2522.
- Jang, Y. J., Zheng, T., & Bosselman, R. (2017). Top managers' environmental values, leadership, and stakeholder engagement in promoting environmental sustainability in the restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*, 63, 101-111.
- Jones, P. ve Miffl, M. (2001). Menu development and analysis in UK restaurant chains. *Tourism and Hospitality Research*, 3(1), 61-71.
- Kamber-Taş, S. S. & Taş, S. (2020). İşletme Yöneticilerinin coğrafi işaret tesciline yönelik bakış açıları: Gümüşhane ili örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 985-994.

- Kang, J., Jun, J. ve Arendt, S. W. (2015). Understanding customers' healthy food choices at casual dining restaurants: Using the Value–Attitude–Behavior model. *International Journal of Hospitality Management*, 48, 12-21.
- Kapucuoğlu, M. İ. ve Güçlü Nergiz, H. (2018). Türk Mutfağının Korunmasında Yerel Yiyecek Kullanımının Şeflerin Algıları Kapsamında İncelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 812-832. <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.335>
- Kızıldemir, Ö., ve Kaderoğlu, G. H. (2021). Yiyecek içecek işletmelerindeki menü tasarımlarının sürdürülebilirlik kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 4(2), 296-322.
- Kızılırmak, İ., Ofluoğlu, M., ve Şişik, L. (2016). Türkiye’de uygulanan gastronomi turları rotalarının web tabanlı analizi ve değerlendirmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special Issue1), 258-269.
- Magnini, V. P., & Kim, S. (2016). The influences of restaurant menu font style, background color, and physical weight on consumers' perceptions. *International Journal of Hospitality Management*, 53, 42-48. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.11.001>
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (2014). *Designing qualitative research*. Sage publications.
- Murat, E., ve Ergen, F. D. (2022). Yiyecek ve içecek işletmelerinin menülerinde coğrafi işaretli ürünlerin yeri ve gastronomi turizmde önemi: Uzungöl örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 553–569.
- Nemeschansky, B., von der Heide, T. ve Kim, P. B. (2020). Customer-driven menu analysis (CDMA): Capturing customer voice in menu management. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102417. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102417>
- Noone, B. M., ve Cachia, G. (2020). Menu engineering re-engineered: Accounting for menu item substitutes in pricing and menu placement decisions. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102504. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102504>
- Ozturk, S. B. ve Akoglu, A. (2020). Assessment of local food use in the context of sustainable food: A research in food and beverage enterprises in Izmir, Turkey. *International*

Journal of Gastronomy and Food Science, 20, 100194.
<https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100194>

Östergren, D., Walter, U., Gustavsson, B., & Jonsson, I. M. (2023). Gastronomy: An Overlooked Arena for the Cultivation of Sustainable Meaning?. *Challenges*, 14(4), 41.
<https://doi.org/10.3390/challe14040041>

Özdemir, B. ve Çalışkan, O. (2014). A review of literature on restaurant menus: Specifying the managerial issues. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 2(1), 3-13.

Özdemir, B. ve Nebioğlu, O. (2015). Uygulamada menü analizi nasıl yapılmaktadır? Beş yıldızlı otellerin mutfak şeflerinin görüşleri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2).

Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: Sosyal bilimlerde yöntem bilim sorunsalı üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi üniversitesi sosyal bilimler dergisi*, 11(1), 323-343.

Öztürk, S. B., ve Akoğlu, A. (2020). Assessment of local food use in the context of sustainable food: A research in food and beverage enterprises in Izmir, Turkey. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 20, 100194.

Park, S., Lee, S. ve Song, S. (2023). Does being different from others increase extremeness and volatility in restaurant firm performance? *International Journal of Hospitality Management*, 114, 103568. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103568>

Richardson, L., & Fernqvist, F. (2024). Transforming the food system through sustainable gastronomy-how chefs engage with food democracy. *Journal of Hunger & Environmental Nutrition*, 19(2), 260-276.
<https://doi.org/10.1080/19320248.2022.2059428>

Rinaldi, C. (2017). Food and gastronomy for sustainable place development: A multidisciplinary analysis of different theoretical approaches. *Sustainability*, 9(10), 1748. <https://doi.org/10.3390/su9101748>

- Serçeoğlu, N. (2014). Yöre halkının mutfak kültürünü tanıma durumunun tespit edilmesi: Erzurum ili. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*,2(4), 36-46.
- Sezen Doğancılı, O. (2020). GAP turlarında coğrafi işaretli ürünlerin kullanıma ilişkin içerik analizi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (2), 246-258.
- Sünnetçioğlu, A., Sünnetçioğlu, S., & İstem, E. (2023). Kendi Ürünlerini Yetiştiren Mutfak Şeflerinin Deneyimlerine Sürdürülebilir Gastronomi Açısından Bir Bakış. *Boyabat İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergisi*, 3(2), 155-178.
- Süzer, Ö., ve Doğdubay, M. (2022). Sürdürülebilir turizm hareketliliğinde yerel gıdaların önemi ve rekabet avantajı (kavramsal bir analiz). *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 255-269.
- Şahin, H., ve Güçlütürk, G. (2022). İzmir’de yöresel ve coğrafi işaretli yiyecek ve içeceklerin menülerde yer verilme durumu. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 1180–1198.
- Şahin, S. Z. (2020). Ulusal gastronomik coğrafi işaretli ürünlerin uçak içi ikrâm menülerinde kullanımı (Usage of national gastronomic geographic indication products in in-flight catering menus). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(3), 1880-1898.
- Türk Patent ve Marka Kurumu, Bursa İli Coğrafi İşaretli Ürünler. Erişim Tarihi: 1.05.2023
Erişim Adresi: <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografii-isaretler/liste?il=16&tur=&urunGrubu=&adi=>
- Türkiye Patent Enstitüsü (2023). Coğrafi İşaret Nedir, <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/co%C4%9Frafi-i%C5%9Faret-nedir>, Erişim Tarihi: 01.11.2023.
- Ültay, E., Akyurt, H., & Ültay, N. (2021). Sosyal bilimlerde betimsel içerik analizi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (10), 188-201
- Ünal, F. ve Akyol, C. (2024). Yiyecek içecek işletmeleri yöneticilerinin coğrafi işaretli ürünlere yönelik görüşleri: Boyabat (Sinop) örneği. *Aydın Gastronomy*, 8(1), 143-154.
- Yavuz, M. & Özkanlı, O.(2019).Yöresel yiyecek ve içeceklerin gastronomi turizmine etkileri: Gökçeada örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 279-301.

- Yazıcıoğlu, İ., Işın, A., & Yalçın, E. (2019). Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi: Akdeniz bölgesi örneği. *Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4), 861-871.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. (10. baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, M. H. & Akdemir, N. (2020). Yiyecek içecek işletmelerinin menülerindeki yöresel gıda ürünleri ve coğrafi işaretli gıda ürünlerinin kullanım düzeylerinin değerlendirilmesi: Isparta örneği. International Marmara Social Sciences Congress, (4-5 Aralık 2020), 463-468.
- Yılmaz, E. & Çilingir Ük, Z. Ç. (2021). Turizm işletme belgeli yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde coğrafi işaretli ürünlerin yer alma düzeyi: Ankara ili örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 384 – 405.

Etik Kurul İzni:

Bu makale çalışması için Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Bilimsel Araştırma Etik Kurulundan 2023-YÖNP-0463 nolu 21.06.2023 tarih ve 08/41 sayılı etik kurul raporu alınmıştır.

Araştırmacı Katkı Beyanı:

Yazarların çalışmadaki katkı oranları eşittir.

Çıkar Çatışması Beyanı:

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır

EXTENSIVE SUMMARY

Menu Management in Sustainable Gastronomy: A Case Study of Bursa Province

Goncagül YILMAZ

Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Tourism

The Department of Gastronomy and Culinary Arts

Ayşe SÜNNETÇİOĞLU

Çanakkale Onsekiz Mart University, Gelibolu Piri Reis Vocational School

Traditional camping has always fulfilled the need of tourists to spend time in nature (Petruša & Vlahov, 2019), but it is not an acceptable tourism activity for most people due to insects, tent accommodation, food and beverage problems, wild animals and lack of comfort (Bonifačić, Milohnić, & Cerović, 2017). Therefore, luxury camping has started to develop as a type of nature-based alternative tourism that offers luxury and comfort simultaneously, which contributes to sustainable tourism development, promotion of tourist destinations, raising the level of accommodation quality in the destination and reducing the negative aspects of traditional camping by providing a high level of comfort (Petruša & Vlahov, 2019).

Luxury camping is not only an increasingly popular tourism trend for tourists, but also an increasingly popular concept in scientific research. There are many scientific studies on luxury camping tourism in the literature and these studies are published in databases. In accordance with the purpose of the study, the studies in the Web of Science (WoS) database were analyzed. WoS is a database that is frequently preferred by researchers for literature review because it is seen as a relatively reputable citation index. From this point of view, the aim of the study is to present a comprehensive analysis of the studies on luxury camping tourism with the literature review method, one of the qualitative research methods, and to reveal the development of the literature on the subject. In addition, another aim is to enable the identification of different study topics related to luxury camping tourism. The review of the studies lasted until 21.01.2024. The keyword "glamping tourism" was used during the literature review. In order to determine whether the studies were related to luxury camping tourism, the summary and method sections were read and evaluated.

Within the scope of this research topic, 30 studies were reached, but 2 studies were not included in the scope of the research because they were not deemed appropriate for the purpose of the research. The reason why 2 studies were not included in the research is that issues other than luxury camping tourism were prioritized. In other words, a total of 28 studies were included in the scope of the research. The reason for the low number is both the fact that the concept of luxury camping tourism is a relatively new phenomenon and that the studies published in the WoS database, which also constitutes the limitation of the research, are evaluated.

Luxury camping tourism, which is a new type of tourism, continues to be a type of tourism that is increasingly preferred by tourists. Another point that shows that luxury camping tourism is a new tourism trend in the world is the increase in the number of research and studies in the relevant field since 2017. While researchers examine the concept and development of luxury camping tourism, it is seen that they also attach importance to the issues of determining the characteristics and service quality of luxury camping businesses and the perceptions of tourists who prefer this type of tourism. It was found that the most emphasized topics were the qualities of luxury camping, service quality, touristic wants, needs and preferences, touristic experiences and value, eco-tourism and sustainable tourism, and the impact of Covid-19 on luxury camping.

The following recommendations have been developed for future studies:

- Comparison of luxury camping tourism in Türkiye and other countries,
- Examining the status of the businesses with luxury camping certificate in Türkiye in terms of carrying the criteria mentioned in the regulation,
- How to ensure environmental, economic and social sustainability of luxury camping tourism and what are the sustainable practices of existing businesses?
- What are the positive and negative impacts of luxury camping tourism on the environment and local economy?
- Destination branding for luxury camping tourism marketing and research on luxury camping tourism,
- Focusing on issues such as the digital marketing status of luxury camping tourism will contribute to the gap in the literature.

Along with the above items, it is noteworthy that there is a lack of destination-based studies on luxury camping tourism. Future studies on destinations may reveal how local cultural elements are integrated into luxury camping experiences and how they affect consumer preferences, thus contributing to the gap in the literature. In addition, it may be useful to conduct studies to determine the types of luxury camping facilities. Another issue that should be considered in future studies is to determine the tourist profiles that prefer luxury camping tourism.

When the results of studies on luxury camping tourism are analyzed, it is concluded that tourists who have negative experiences in camping tourism have negative images of luxury camping tourism. Therefore, studies to eliminate this negative synergy may help to increase the popularity of luxury camping tourism.