



HAZİRAN 2024/ CİLT6 SAYI 1

TURİZM EKONOMİ VE İŞLETME ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

JOURNAL OF TOURISM ECONOMICS AND BUSINESS STUDIES



SAHİBİ

Prof. Dr. Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU

BAŞ EDİTÖR

Prof. Dr. Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU

EDİTÖRLER

Prof. Dr. Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU
Dr. Öğr. Üyesi Anıl KALE
Öğr. Gör. Dr. Sercan BENLİ

YAYIN KURULU

Prof. Dr. Baurzhan ISSABEKOV, Kazakistan L.N. Gumilyov Eurasian National University
Prof. Dr. Sandra María SÁNCHEZ-CAÑIZARES, University of Cordoba
Prof. Dr. Ramiz SEVDIMALIYEV, Azerbaycan Bakı Dövlət Universiteti
Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ, Mersin Üniversitesi
Doç. Dr. Faizan ALI, University of South Florida
Doç. Dr. Samet EVCİ, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Doç. Dr. Ozan GÜLER, Mersin Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa Can SAMIRKAŞ, Mersin Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Murat KIZILDAĞ, University of Central Florida
Dr. Öğr. Üyesi Ufuk Cem KOMŞU, Mersin Üniversitesi

SEKRETERYA

Cemile ÖCEK BENLİ
Meryem Ezgi SAKAR

DERGİ TASARIMI VE GRAFİK UYGULAMA

Türker KAYMAZ

YAYIN

Uluslararası Süreli e-Yayın
Haziran 2024
Cilt: 6, Sayı: 1

ADRES

Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi Binası, Kat:2,
Çiftlikköy Kampüsü, 33343, Yenişehir / Mersin Tel: 0324 361 00 01 /13948
e-Posta: turekdergisi@gmail.com



DANIŞMA KURULU

- Prof. Dr. Yılmaz AKGÜNDÜZ (Dokuz Eylül Üniversitesi)
Prof. Dr. Faruk ALAEDİNOĞLU (Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi)
Prof. Dr. M. Akif ARVAS (Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi)
Prof. Dr. Ozan BAHAR (Muğla Üniversitesi)
Prof. Dr. Hayat BOZ (Ankara Üniversitesi)
Prof. Dr. Burçin Cevdet ÇETİNSÖZ (Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi)
Prof. Dr. Serhat HARMAN (Mardin Artuklu Üniversitesi)
Prof. Dr. Abdullah KARAMAN (Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Levent KOŞAN (Mersin Üniversitesi)
Prof. Dr. Zafer ÖTER (İzmir Katip Çelebi Üniversitesi)
Prof. Dr. Murat YEŞİLTAŞ (Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi)
Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ (Mersin Üniversitesi)
Doç. Dr. Turgay BUCAK (Dokuz Eylül Üniversitesi)
Doç. Dr. Serpil DÖM TOMAK (Mersin Üniversitesi)
Doç. Dr. Songül DÜZ ÖZER (Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi)
Doç. Dr. Bahadır ERGÜN (Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi)
Doç. Dr. Gamze ERYILMAZ (İskenderun Teknik Üniversitesi)
Doç. Dr. Samet EVCİ (Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi)
Doç. Dr. Neslihan ONUR (Akdeniz Üniversitesi)
Doç. Dr. Mustafa Can SAMIRKAŞ (Mersin Üniversitesi)
Doç. Dr. Ümit SORMAZ (Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Doç. Dr. Serdar SÜNNETÇİOĞLU (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Doç. Dr. Sedat ŞAHİN (Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi)
Doç. Dr. Kamil YAĞCI (Pamukkale Üniversitesi)
Doç. Dr. Melih AYDIN (Kilis 7 Aralık Üniversitesi)
Doç. Dr. Aysun YARALI AKKAYA (Mersin Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Ali DALGIÇ (Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Gaye ONAN (Mersin Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Esat ÖZATA (Beykent Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Zühal ÖZDEMİR YAMAN (Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Gökhan SÖKMEN (Çağ Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Derya TOKSÖZ KILIÇ (Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Meral ÜZÜLMEZ (Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi)
Dr. Melike ÇALLI KAPLAN
Dr. Rasim KUTLU (T.C. Ticaret Bakanlığı)
Dr. Nargiza Kamolova PULATBAYEVNA (Özbekistan Mamun Üniversitesi)
Dr. Roya RAHIMI (Wolverhampton Üniversitesi)



CİLT 6/ SAYI 1 HAKEMLERİ

Prof. Dr. Atınç OLCAY	Gaziantep Üniversitesi
Prof. Dr. Burçin Cevdet ÇETİNSÖZ	Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi
Doç. Dr. Çağdaş ERTAŞ	Şırnak Üniversitesi
Doç. Dr. Metin SÜRME	Gaziantep Üniversitesi
Doç. Dr. Rahime Dilek KOÇAK	
Doç. Dr. Veli Erdiñ ÖREN	Uşak Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Cansu SOLMAZ	Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Erol GEÇGİN	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hasan Önal ŞEYHANLIOĞLU	Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Meral ÜZÜLMEZ	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Muharrem AVCI	Kastamonu Üniversitesi



İÇİNDEKİLER

KÜNYE
DANIŞMA KURULU
HAKEMLER
İÇİNDEKİLER

GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ'NİN İNANÇ TURİZMİNİN SWOT ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Evaluation of Faith Tourism in the Southeastern Anatolia Region With Swot Analysis 1-16

Mahmut BALTACI, Şeyma AYTEMİR

ŞARAP ROTALARININ NİTELİKSEL KARŞILAŞTIRILMASI: TRAKYA BAĞ ROTASI VE URLA BAĞ YOLU ÖRNEĞİ

Qualitative Comparison of Wine Routes: Example of Trakya Vineyard Route And Urla Vineyard Road 17-32

Ece EDİL AKMAN, Gürkan AKDAĞ

AŞÇILIK BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNİN MESLEK UYUMU VE KARIYER PLANLAMALARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Investigation of the Relationship Between Individual Professional Adaptation And Career Planning of Cooking Department Students 33-52

Çağla ÜST CAN, Büşra ŞEN AVCU

**THE INFLUENCE OF PSYCHOLOGICAL EMPOWERMENT AS MODERATOR
BETWEEN SERVANT LEADERSHIP AND ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION: A
RESEARCH IN HOTEL INDUSTRY**

Hizmetkar Liderlik İle Örgütsel Özdeşleşme Arasında Düzenleyici Olarak Psikolojik
Güçlendirmenin Etkisi: Otel Endüstrisinde Bir Araştırma

53-66

Gaye ONAN, Alper Bahadır DALMIŞ





GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ'NİN İNANÇ TURİZMİNİN SWOT ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

EVALUATION OF FAITH TOURISM IN THE SOUTHEASTERN ANATOLIA REGION WITH SWOT ANALYSIS

Mahmut BALTACI * 
Dr. Öğretim Üyesi, Selçuk Üniversitesi Silifke Taşucu MYO,
baltaci.mahmut@gmail.com

Şeyma AYTEMİR 
Bilim Uzmanı,
seyma.aytemir@hotmail.com.

Geliş Tarihi: 12.03.2024 *Kabul Tarihi:* 29.06.2024

Özet: Türkiye alternatif turizm türleri potansiyeli açısından önemli bir turizm ülkesidir. Çeşitli inanç merkezleri ve mimari eserleri ile özellikle inanç turizmi açısından tercih edilebilir bir destinasyondur. Türkiye coğrafyası içerisinde yer alan Güneydoğu Anadolu Bölgesi Hristiyan, Musevi, Süryani ve Müslüman toplumlara ait pek çok inanç merkezine ev sahipliği yapmaktadır. Güneydoğu Anadolu Bölgesi Peygamber kabirleri ve peygamberlerin belirli dönem yaşadığı kentleri ile inanç turizmi merkezleri arasında yer almaktadır. Bölgenin inanç turizmi potansiyelini değerlendirmek amacı ile araştırmada doküman analizi yapılarak nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin inanç turizmi amaca göre değerlendirilmiş ve SWOT (güçlü-zayıf yönleri ve tehditleri-fırsatları) analizi yapılmıştır. Bölgenin inanç turizmi güçlü yönünü, turizm açısından altyapı ve üstyapı yetersizliği zayıf yönünü, yerel halkın turizme katılması fırsatı, deprem ve terör olayları tehditleri oluşturmaktadır. Yapılan analiz sonucunda öneriler geliştirilerek literatüre katkı sunmak amaçlanmıştır. Çalışma bölgedeki inanç turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi ve ileride yapılacak çalışmalara katkı sunması açısından önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: İnanç turizmi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi, SWOT analizi

Abstract: Türkiye is an important tourism country in terms of its potential for alternative tourism types. It is a preferable destination, especially in terms of religious tourism, with its various faith centers and architectural works. The Southeastern Anatolia Region, located within the geography of Türkiye, hosts many faith centers belonging to Christian, Jewish, Assyrian and Muslim communities. The Southeastern Anatolia Region is among the faith tourism centers with the Prophet's tombs and the cities where the prophets lived for certain periods. In order to evaluate the religious tourism potential of the region, qualitative research method was used in the research by analyzing documents. Religious tourism of the Southeastern Anatolia Region was evaluated according to its purpose and analyzed by SWOT (strengths-weaknesses, threats-opportunities). The strength of the region is religious tourism, the lack of infrastructure and superstructure in terms of tourism are the weaknesses of the region, participating of the local people is the opportunity and earthquakes and terrorist events are the threats. As a result of the analysis, it was aimed

* Sorumlu Yazar

to contribute to the literature by developing suggestions. The study is important in terms of evaluating the religious tourism potential in the region and contributing to future studies.

Key Words: Faith tourism, Southeastern Anatolia Region, SWOT analysis

GİRİŞ

Türkiye, tarih boyunca çeşitli dönemlerde farklı etnik yapıdaki toplumlara ev sahipliği yapmıştır. Özellikle Osmanlı İmparatorluğu döneminde benimsenmiş olan tolerans anlayışı bu durumda etkili olmuştur (Sonyel, 1985, s. 649). Osmanlı İmparatorluğu döneminde Anadolu’da zulüm gören çeşitli din ve mezhepten toplumlar Osmanlı topraklarına sığınmıştır. Yaşadıkları dönemlerde ise ibadetlerine devam ederek kendi kültürlerini ve dini yapılarını korumaya çalışmışlardır. Bu nedenle Türkiye’de pek çok kilise, sinagog, cami gibi dini mimari yapılara rastlanmaktadır (Güler, 2023). Bu yapılar farklı dönemlerde inşa edilmiş ve pek çoğu günümüze kadar muhafaza edilmiştir. Yapılan çalışmada önemli bir inanç turizmi destinasyonu olan Türkiye’nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi ve bu bölgede bulunan çeşitli inanç merkezleri yer almaktadır. Çalışmaya konu olan Güneydoğu Anadolu Bölgesi, doğu ve kuzeyden Doğu Anadolu Bölgesi, batıdan Akdeniz Bölgesi, güneyden Suriye ve Irak ile çevrelenmiştir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi Ortadoğu’ya olan yakınlığı nedeni ile birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Bu bölge Gaziantep, Diyarbakır, Şanlıurfa, Batman, Adıyaman, Siirt, Mardin, Kilis ve Şırnak illerini kapsamaktadır. Günümüzde bu şehirlerde farklı etnik kökenli toplumlar bir arada yaşamaya devam etmektedir. Bölgede Hitit, Roma, Yunan, Yahudi, Hristiyan ve Müslüman inancına ait yapıların varlığı görülmektedir. Zeugma Antik Kenti, Yuşa Peygamber Türbesi, Dülükbaba Türbesi Gaziantep’te en çok ziyaret edilen inanç merkezleri arasındadır. Peygamber makamları ile bilinen Diyarbakır ve Şanlıurfa tarih boyunca pek çok dini yapıyı muhafaza etmiştir. Şanlıurfa özellikle Hz. İbrahim, Hz. Eyyüp, Hz. Elyasa, Hz. Şuayp, Hz. Nuh, Hz. Lut, Hz. Musa ve Hz. Yakup peygamberlerin yaşadığı şehir olarak inanç turizminde önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle halk arasında “Peygamberler Şehri” olarak anılmaktadır. Hz. İbrahim’in doğduğu ve Nemrut’un zulmünden kurtulduğuna inanılan Balıklıgöl, Müslümanlar için büyük bir öneme sahiptir. Bunun yanı sıra, Harran’daki Ulu Cami ve dünyanın en eski tapınak kompleksi olarak bilinen Göbeklitepe hem dini hem de arkeolojik açıdan büyük ilgi görmektedir. Diyarbakır’da İslamiyet’in Anadolu’daki ilk camilerinden biri olan Diyarbakır Ulu Cami, mimarisi ve tarihiyle dikkat çekerken, Suryani Katolik Kilisesi ve Meryem Ana Süryani Kadim Kilisesi de bölgedeki Hristiyan mirasını gözler önüne sermektedir. Mardin, farklı dini ve etnik grupların barış içinde bir arada yaşadığı, mimarisiyle ünlü bir şehirdir. Mardin’deki Deyrulzafaran Manastırı ve Kasımiye Medresesi hem Hristiyan hem de İslam kültürünün önemli örneklerindedir. Şehrin dar sokaklarında gezinti yaparken, taş evlerin arasında birçok tarihi kilise ve camiyle karşılaşmak mümkündür. Siirt ve Batman illerinde pek çok önemli din alimleri yetişmiştir. Alimler din ve düşünce yapılarını yansıtabilecekleri eserler sunarak bölgenin inanç ve kültürel yapısına katkıda bulunmuşlardır. Siirt’te özellikle Veysel Karani Türbesi Müslümanlar açısından büyük önem taşımaktadır. Adıyaman’da Tarihi Mor Petrus ve Mor Pavlus Kilisesi komşu illerdeki Süryani toplulukları tarafından önemli bir ibadet merkezi olarak değer görmektedir. Ayrıca Adıyaman’da Abuzer Gaffari, Mahmut el-Ensari, Abdurrahman Erzincani makamları ise Müslüman toplumlar tarafından manevi bir öneme sahiptir. Adıyaman’da bulunan Nemrut Tümülüs’ü ise bölgenin inanç turizmi açısından en önemli

ayrıcalıklarından biridir. Şırnak ilinde İslam ve Hristiyanlık inancı ile ilgili mimari eserler yaygındır. Bölgede özellikle Süryani ve Keldari yapıları görülmektedir.

Çalışmanın ilk bölümünde kavramsal olarak inanç turizm hakkında bilgi ve inanç turizm merkezleri tablo halinde verilmiştir. Ardından yapılan çalışmaları belirten alanyazın kısmı vardır. Sonraki kısımlarda ise yöntem, bulgular ve sonuç kısımları yer almaktadır. Çalışma kapsamında bahsedilen şehirlerdeki inanç turizmi çekicilikleri incelenerek SWOT analizi yapılmıştır. Bölgenin inanç turizmi yönünden güçlü, zayıf yönleri ve fırsat, tehdit unsurları belirlenmiştir. Bu çalışmada Güneydoğu Anadolu'da inanç turizminin gelişimini göstermek ve gelecekte yapılacak bilimsel çalışmalara katkı sağlamak amaçlanmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İnanç Turizmi

Din kavramı geçmişten günümüze kadar insanların yaşamlarının büyük çoğunluğuna etki eden bir unsur olmuştur (Baltacı ve Kodalak, 2022). Özellikle turizmin din kavramı ve seyahatler ile olan ilişkisi son yıllarda büyük bir ilgi görmektedir. Camiler, kiliseler, katedraller, dini ritüeller turizmin belirli bir parçasını oluşturmaktadır. Bu durum inanç turizminin doğuşunda etkili olmuştur. Alternatif turizm türlerinden biri olan inanç turizmi çeşitli dinlerden insanların dini ihtiyaçlarını karşılamak, ibadetlerini yerine getirmek için yaptıkları seyahatlerdir. İnanç turizmi, insanların dinler tarafından kutsal sayılan yerleri ziyaret etmesi, dini etkinliklere katılmak veya izlemek amacı ile gitmesi, hac ibadetini yerine getirmesi, amacıyla seyahatlerin ve konaklamaların oluşturduğu turizm hareketi olarak tanımlanmaktadır (Köksal ve Karabulut, 2019, s. 8). İnanç turizmi miras turizminin formlarından biri olarak görülmektedir. İnanç turizminin ayırt edici yanı ise kutsal ve manevi inanç turizminde daha etkili olmasıdır. İnanç turizmi ziyaretçileri için ziyaret edilen destinasyonda dua etmek, ayin yapmak, çeşitli törenleri kutlamak veya ibadet etmek gerekmektedir (Okuyucu ve Somuncu, 2013, s. 5). İnanç turizminde en önemli etken manevi doyum ihtiyacıdır. Günümüzde kalabalık şehirler, artan nüfus, maddi zorluklar insanların ruh hallerini etkilemekte ve toplumları monotonlaştırmaktadır. Bu durum kişilerin manevi ihtiyaçlarının artmasına neden olmaktadır. Manevi doyuma ulaşmanın ilk yolu yalnızlaşmak ve ibadet etmekten geçmektedir. Bu nedenle deniz, kum, güneş turizminin dışında ruhu besleyen ve insanların maneviyatını tazeleyen bir seyahate ihtiyaç vardır (Geçgin ve Korucuk, 2017). Bu seyahatler üç semavi dinde geçmekte ve dinlerin kutsal kitaplarında da yer almaktadır. Seyahatlerin bazıları çeşitli dinler tarafından hac olarak kabul edilmiştir. Hristiyanların Kudüs ve Roma ziyareti, Yahudiler için Kudüs'teki Ağlama Duvarı'nı ziyaret etmek, Müslümanlar için Mekke ve Medine ziyareti, Umre yolculukları hac olarak kabul edilmektedir (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2011, s. 210). Hac seyahatleri günümüzde inanç turizminin temelidir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) (2011) verilerine göre dünyada 300 milyondan fazla insanın seyahat nedeni inanç motivasyonudur. Bu verilere bağlı olarak inanç turizmi 18 milyon dolarlık büyük bir turizm çeşidi olarak önemini korumaya devam etmektedir (Güzel ve Köroğlu, 2019, s. 107). Türkiye'de inanç çekiciliklerinin %80,1'i İslam dinine ait yapılardan oluşmaktadır. Hristiyanlık için önemli olan çekicilikler %18,1 iken Musevilik inancı çekicilikleri %1,7 olarak değerlendirilmiştir (Okuyucu, 2020, s. 9).

Güneydoğu Anadolu'da İnanç Turizmi Merkezleri

Güneydoğu Anadolu Bölgesi, zengin kültürel ve tarihi mirası ile Türkiye'nin önemli inanç turizmi merkezlerinden biridir. Bu bölge, farklı dinlerin ve medeniyetlerin buluşma noktası olmuştur. Farklı dine mensup kişilerin var olan dini merkezleri koruması günümüze sağlam olarak gelmesinde faydası büyük olmuştur. Güneydoğu Anadolu Bölgesi binlerce yıllık geçmişiyle pek çok kutsal mekân ve dini yapıya ev sahipliği yapmaktadır. Bu kutsal mekanları korumak ve inanç turizmi açısından ele almak bölge turizmi açısından önemlidir. Tablo 1'de Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde öne çıkan inanç merkezlerinden bazılarını ve inanç turizmi için önemine yer verilmiştir.

Tablo 1.

Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki İllerin İnanç Turizm Değerleri

YAPI İSMİ	BULUNDUĞU İL	İNANÇ TURİZMİ İÇİN ÖNEMİ
Ulu Cami (Cami-İ Kebir):	Kilis	Kilis'in en eski ve en büyük camisidir. En eski tamir kitabesine göre caminin 1331'de Osmanlı döneminden önce Memlûklüler tarafından yapıldığı tahmin edilmektedir (Harunoğulları, 2016, s. 18).
Canpolat Paşa (Tekke Cami) Külliyesi	Kilis	Kilis bir süre Memlûklerin idaresinde kalmıştır. Yavuz Sultan Selim'in Halep'i fethiyle 1516-1517 yıllarında Osmanlı topraklarına dâhil edilmiştir. Canbolatogluları ise bu dönemde kentin ileri gelenlerinden biridir. O dönemde idareci olan Kasım Bey, Osmanlı Devleti'ne bağlılığını bildirmiştir. Kasım Bey'in oğlu olan Canpolat Bey, Kanuni Sultan Süleyman tarafından 1535 yılında Kilis Sancak Beyliği'ne atanmıştır. Külliye ise Canpolat Bey tarafından yaptırılmıştır (Bilgin, 2018, s. 1).
Kilis Mevlevihanesi (Mevlevihane Cami)	Kilis	19. yüzyılda ülkemiz topraklarında 90 adet Mevlevihane mevcuttur. Kilis Mevlevihanesi ise bu dönemden ayakta kalabilen 32 adet Mevlevihane'den biridir. Konyalı İbrahim Hakkı; Mevlevihane'nin eşsiz bir mimari yapısı olduğunu, gül bahçesi, türbesi olduğunu fakat kabristanın yok olduğunu belirtmiştir (Tuncer, 1996, s. 259).
Kadı Camisi (Kara Kadı Camisi)	Kilis	16. yüzyılda yapılmıştır. "Karakadı" adıyla bilinen Ali Bin Ahmed Alaeddin er-Rumi tarafından yaptırılmıştır.
Cüneyne Cami	Kilis	Bu yörede Kilis'in fethi sırasında şehit düşen Müslüman sahabilere ait mezarlar bulunduğu; mahalleye, "meşhedlik" yani "bir adamın şehit olduğu veya bir şehidin gömüldüğü yer, şehitlik" adı verilmiştir. Cami de sahabelerin şehit düştüğü yere yapıldığından "küçük cennet" anlamına gelen "Cüneyne" olarak adlandırılmıştır. Kilis'te Ulu Cami'den sonra en eski cami Cüneyne Camisidir (https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kilis/gezilecekyer/cuneyne , 2023).
Şeyh Tekkesi (Nakşibendi Tekkesi)	Kilis	İçinde altı tane derviş hücresi, zikir evi olarak da kullanılan mescit ve türbeden oluşmaktadır. Kubbeyle örtülü mekânda biri Şeyh Abdullah Sermest Efendi'nin olmak üzere beş sanduka; çapraz tonozla örtülmüş bölümde de Şeyh Abdullah Sermest Efendi'nin aile bireylerine ait yedi sanduka vardır (https://kilis.ktb.gov.tr/TR-61716/seyh-efendi-tekkisi-naksibendi-tekkisi.html , 2023).
Şeyh Simati Türbesi	Kilis	Evliya Çelebi Seyahatnamesinde; şehrin Kiblesinde aydınlık bir kubbe içerisinde Şeyh Muhammed Simati isminde Hz. Peygamberin çeşnicibaşısının yattığını, Hz. Peygamberin sofrasını döşediği için kendisine Simati denildiğini, her vakit tekkesine gelen fakirlerin ağırlandıklarını, Hz. Peygamberin ashabından olup Hz. Ebu-Bekir zamanında Şehit olduğu belirtmiştir (Harunoğulları, 2016, s. 18).
Şeyh Bedevi Türbesi	Kilis	Şeyh Muhammed Bedevi'nin Hz. Muhammed'in ashabından olduğu bilinmektedir. Hz. Ebu Bekir Dönemi'nde şehit olduğu belirtilmiştir (Güler, 2014, s. 108).
Hz. Zübeyr ve Hz. Talha Türbesi	Kilis	Cennetle müjdelenen 10 sahabe arasında yer aldıkları söylenmektedir.
Bilal-i Habeşi Türbesi (Makamı)	Kilis	Hz. Bilal-i Habeşi, Ebu Ubeyde'nin komutasındaki İslam ordusuyla beraber Suriye'yi 638 yılında alarak İslam sınırlarına katmıştır
Zeugma Kenti	Gaziantep	Birbirine köprü ile bağlı olan ve Fırat nehrinin iki yakasında karşılıklı duran ikiz kentlerden oluşmaktadır. Nehrin batı kısmı Seleukeia, doğu kısmı Apamea olarak adlandırılmıştır. MÖ 162'de, başkentini Samosata'da (Samsat) kuran ve Seleukos İmparatorluğu'nu yıkan Helenistik Kommagene Krallığı ortaya çıkmıştır. Kentin yerleşim planında Zeugma, Seleukos-Pers kültürel kesişim noktası olarak yer almaktadır. Antiochos Dönemi'nde Grek ve Pers tanrı / tanrıçalar için burada tapınma yapılmıştır. Çeşitli inançlara ev sahipliği yapan önemli kült merkezlerinden biridir (Kahrıman, 2015, s. 2).
Karkamış Kalıntıları	Gaziantep	Hurri, Hitit, Geç Hitit, Asur gibi farklı uygarlıklar tarafından yönetilmiştir. Hurri kökenli Kubaba adında bir tanrı tarafından korunduğuna inanılmaktadır. İncil'de anılan 90 hektarlık Gaziantep sınırları içerisinde. Anadolu ve Akdeniz kıyıları ile ticaret yapılan önemli bir merkez konumundadır (Şahin, 2019, s.145).

Yesemek Açık hava Müzesi	Gaziantep	Hurriler, Hititler, Geç Hititler, Suriye, Arami, Asur ve Yunan mimarisine ve izlerine rastlanmaktadır. Sfenksler, kapı aslanları, oturan aslanlar, kanatlı aslanlar ve Amanos Dağları'nı temsil eden Dağ Tanrısı kabartmaları gibi birçok önemli esere ev sahipliği yapmaktadır. Bunlara ek olarak M.Ö. 2000li yılların dördüncü çeyreği ile M.Ö.8. yüzyıl arasında, Yakın Doğu'nun en büyük taş ocağı ve heykel işleme atölyesine sahiptir (Tetik, 2016).
Ökkeşiye Hazretleri Türbesi	Gaziantep	Ökkeşiye Hazretleri Kahramanmaraş ve Gaziantep bölgeleri için önemli olan sahabelerden biridir. Gaziantep'in Müslümanlar tarafından fethi sırasında şehit düşen beş sahabeden biri olduğuna inanılmaktadır.
Kurtuluş Cami	Gaziantep	892 yılında Valide Meryem Kilisesi (St. Mary) olarak yaptırılmıştır. Kilise ve hapishane olarak kullanılmıştır. Sonraki dönemlerde ise camiye dönüştürülmüştür. Gaziantep'in en büyük camilerindendir. Kilisenin çanı Londra'da yaşayan Hirant Köşkeryan adındaki bir Ermeni tarafından Brezilya'da yaptırılmıştır. Ağırlığı bir ton olan bu çan, Gaziantep Müzesi'nde korunmaktadır (https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/gaziantep/gezilecekyer/tarihi-camiler154353 , 2023).
Havra Yuşa Peygamber Türbesi	Gaziantep	1970'lerde Gaziantep'in son Yahudileri şehri terk edince terkedilmiş bir sinagogdur. Yuşa Peygamber (A.S.) İsrail oğullarından olup, Hz. Musa'nın yeğenidir. İsrailoğulları'nı göçebelikten kurtarmıştır ve Arz-ı Kenan'a yerleştirmiştir. Pir Sefa Hazretleri'nin sandukası da türbede yer almaktadır. Pir Sefa, Gaziantep'i fetheden İslam ordusunda bir askerdir ve burada şehit düşmüştür (Dural, 2013, s. 81).
Dülükbaba Türbesi	Gaziantep	Yavuz Sultan Selim Mısır seferine giderken günümüzdeki Dülük köyü yakınlarında bir derviş yolunu keser ve Padişah'a: "Sana müjdelirim ki şu ayın şu gününde Mısır'ı alacaksın" der. Yavuz Sultan Selim dervişin dediği zamanda Mısır'ı alır. Dönüşte elini öpmek için uğradığında dervişin öldüğünü görmüştür. Bu nedenle dervişe bir türbe yaptırmıştır (https://gaziantep.ktb.gov.tr/TR-52363/gaziantep-evliyaları-ve-turbeleri.html , 2023).
Şeyh Fettullah Türbesi	Gaziantep	Türbenin bulunduğu hazire Şih Ocağı olarak adlandırılmaktadır. Türbenin yer aldığı külliye 1563 yılında yapılmıştır. Külliye'nin bahçesinde Gaziantep savunmasında şehit düşen Karayılan ve birçok şehidin mezarı bulunmaktadır.
Nemrut	Adıyaman	Kommagene Kralı I. Antiochos'un tanrılara ve atalarına minnettarlığını göstermek için 2150 metre yüksekliğindeki Nemrut Dağı'nın yamaçlarına yaptırdığı mezar ve anıtsal heykeller, Helenistik Dönem'in en görkemli kalıntılarından birisidir. Nemrut Dağı'nın zirvesi Antiochos'un Tümülüsü ve kutsal alanlardır. Heykeller Helenistik, Pers sanatı ve Kommagene Ülkesi özgün sanatını yansıtmaktadır (Yaşar, 2018, s. 20).
Perre Antik Kenti	Adıyaman	Perre Antik Kenti, Mezopotamya'da Pirin ve Perin olarak bilinmektedir. Antik kent, Kommagene Krallığı'nın beş büyük kentinden biridir. Melitene'yi (Malatya) başkent Samosata'ya (Samsat) bağlayan yol güzergâhı üzerinde olduğu için jeopolitik bir öneme sahiptir.
Karakuş Tümülüsü	Adıyaman	Kommagene Kralı II. Mithradates tarafından annesi İsias adına yaptırılan bir anıt mezardır. Yapıda yer alan sütun üzerindeki kartaldan dolayı halk arasında Karakuş Tümülüsü olarak adlandırılmıştır. Mithradates'in annesi İsias, diğer bir kız kardeşi Antiochis ve onun kızı Aka'nın mezarları da burada bulunmaktadır. Mithradates yazlık malikânesinin terasından derin çaya inen baş döndürücü vadiyi ve Karakuş'u seyreder böylelikle ölümlerinden sonra da sevdiklerini yanında hissetmek istemiştir (https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/adiyaman/gezilecekyer/karakuş-tumulusu--anit-mezar , 2023).
Sofraz Tümülüsü	Adıyaman	Mezar odası mekânının üst kısmı toprak dolgu bir tepedir. M.S. I. yüzyılda yapılan Tümülüsü'nün yüksekliği 15 metre olup, toprak dolgu altında Dromos, geçiş koridoru ve mezar odası olmak üzere 3 mekândan oluşmaktadır (İpekyolu Kalkınma Ajansı, 2014).
Sahabe Safvan Bin Muattal Hz	Adıyaman	Hz. Muhammed'i görmüş, onunla yaşamış ve birlikte savaşlara katılmış önemli bir sahabedir. İslam ordularının, Hz. Ömer döneminde Hicri 19'da doğuda Sasaniler ve batıda da Bizanslılarla savaşı sırasında Samsat'a gönderilen orduda yer almıştır. Bu savaşta altmış yaşlardadır. Savaş sırasında şehit düştüğü için Samsat Kalesi'nin arkasında yüksekte bir tepeye defnedilmiştir (İpekyolu Kalkınma Ajansı, 2014).
Hz. Üzeyir Türbesi	Adıyaman	Peygamber olan Üzeyir'in adı Kur'an-i Kerim'de geçmektedir. Bütün ömrünü iyiliğe ve ibadete adanmış bilinmektedir.
Abuzer Gaffari Türbesi	Adıyaman	Halk arasında önemli sahabelerden biri olduğu söylenmektedir. Adıyaman'da savaşırken düşmanlar tarafından şehit edildiği ve buraya gömüldüğü rivayet edilmiştir.
Gazihan Dede Türbesi	Adıyaman	Halk arasında Kazgan Baba Türbesi olarak bilinmektedir. Kazgan Baba'nın ermiş bir hükümdar olduğuna inanılmaktadır. Adıyaman'da kadılık yapmıştır. Yaşadığı dönemde düşmanları tarafından çok sık rahatsız edilmiştir. Bu nedenle günümüzde türbesinin bulunduğu yerdeki mağarada bir süre yaşamını geçirmek zorunda kalmıştır. Günümüzde türbe genellikle evlenmemiş genç kızlar tarafından ziyaret edilmektedir. Bu ziyaret sırasında kadınlar türbeden bir kaşık alıp eve götürmektedir. Kaşık götürken kadın evlenir ise altı adet kaşık getirip türbeye bırakmalıdır.
Mahmut el-Ensari Türbesi	Adıyaman	Mahmut Ensari ve Abuzer Gaffari İslam'ın savunucularındandır. Adıyaman İslam'a karşı olan köyler İslam orduları ile savaşmıştır. Abuzer Gaffari bu savaşta Mahmut Ensari ile bu savaşta yer almıştır. Abuzer Gaffari kendi türbesinin olduğu yerde düşmanlarla, Mahmut Ensari ise yine kendi türbesinin olduğu yerde çarpışmışlar ve şehit olmuşlar. Şehit oldukları yere onların adına türbeleri yaptırılmıştır (Yaşar, 2010, s. 41).

Ulubaba Türbesi	Adıyaman	Bu türbenin, Seyyid Battal Gazi'nin babası Hüseyin Gazi'ye ait olduğu söylenmektedir. Seyyid Battal Gazi gibi bir insanın babası olması dolayısıyla türbe Ulu Baba olarak adlandırılmıştır. Genel olarak hastalar için şifa ve dilek dilemek amacı ile ziyaret edilmektedir (İpekyolu Kalkınma Ajansı, 2014).
Şeyh Abdurrahman Erzincani (Zey) Türbesi	Adıyaman	Sultan IV. Murat tarafından yaptırılmıştır. Türbeyi sinirsel rahatsızlığı bulunanlar, sara hastası olanlar, felçliler, kendisini cin çarptığı düşünülen kişiler ziyaret etmektedir. Dilekleri Allah tarafından kabul edilen kişiler cuma, cumartesi ve pazar günlerinde lokma yapıp dağıtmaktadırlar (Rençber, 2014, s. 8).
Mahmut Gazi Türbesi	Adıyaman	Mahmut Gazi'nin yemenden geldiği rivayet edilmektedir. Genel olarak çocuk sahibi olmayanlar ziyaret etmektedir. Çocuk isteyenler bu türbede adakta bulunur ve eğer çocukları olursa adını Mahmut koymak zorundadırlar. Mahmut ismi verilmez ise çocuğun öleceğine inanılmaktadır.
Adıyaman Süryani Kadim Metropolitliği (Mor Petrus-Mor Pavlus Kilisesi)	Adıyaman	Meryemana Kilisesi ismi ile açılmıştır. 1883 yılında Meryemana kilisesinin yıkılması sonucu yeni bir isim ile kurulmuştur. Kurulan kilise, Urfa'dan getirilen Süryani taş ustalarının eseridir. Ülkemizde bulunan dört Süryani metropolitin dördüncüsüdür. Bu sayede Süryaniler için önem taşımaktadır. Haftanın 7 günü 3 vakit ibadet yapılmaktadır. En önemlisi pazar günleri halkın katılımıyla Kutsal Ayin icra edilmektedir. Pazartesi – Cuma günleri arasında belirli saatlerde, yerli ve yabancı turistler tarafından ziyaret edilmektedir (İpekyolu Kalkınma Ajansı, 2014).
Göbeklitepe Tapınakları	Şanlıurfa	1963 yılında, İstanbul ve Chicago Üniversitelerinin ortaklığıyla gerçekleştirilen bir yüzey araştırması sırasında keşfedilmiştir. Yapı "V52 Neolitik Yerleşimi" olarak tanımlanmıştır. Yapı ilk olarak 1994 yılından sonra başlatılan kazı çalışmaları ile ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu çalışmalar sonrasında, Göbeklitepe'nin 12000 yıl öncesine uzanan bir költ merkezi olduğu anlaşılmıştır. Göbeklitepe, bu büyüklükteki en eski anıt ve ilklerin ötesinde, birçok anlamda tarihin sıfır noktasını oluşturmaktadır. İnsanın avcı toplayıcı olarak yaşamını sürdürdüğü bir dönemde, ileri düzeyde mimarlık gerektiren tapınaklar inşa etmesi tüm dünyada şaşkınlık yaratmıştır. Tarih öncesi insanın inanç dünyasını yansıtan, figürlerle zenginleştirilmiş olması ile dikkat çekmektedir (Avcı, 2019, s. 78-84).
Nevali Çori	Şanlıurfa	Nevali Çori "Veba Vadisi" anlamına gelmektedir. Çanak çömleksiz yaşam olan Neolitik Dönem'e ait yapılar barındırmaktadır. İçerisinde mevcut olan "T" şeklindeki anıtsal dini yapılar ile dikkat çekmektedir. Dörtgen şekle yakın bir planla yapılmış özel költ alanları da yer almaktadır. Bu yerleşim yerinde çok sayıda kafatası bulunması burada bir kafatası költü olduğuna işaret etmektedir. Nevali Çori'de yaşamış insanların Kantara Çayı'nın kenarında dinsel bir merkez oluşturdıkları bilinmektedir (Avcı, 2019, s. 64).
Soğmatar Şehri (Yağmurlu Köyü)	Şanlıurfa	Kent içerisinde Sin költüne ait yapılar yer almaktadır. Yörede yer alan bir yazıtta "Kutsal Tepe" olarak geçmektedir (Albayrak ve Mutlu, 2018, s. 139).
Şuayb Şehri Harabeleri ve Şuayb Peygamber Makamı	Şanlıurfa	Şuayb Şehri ismi Arapça 'da "Eski İnsan Şehri" anlamı taşımaktadır. Buradaki mimari kalıntıları Roma Dönemi'ne ait olduğu ileri sürülmektedir. Şehrin Şuayb Peygamber tarafından kurulduğu ve Şuayb Peygamber'in burada görev yaptığına inanılmaktadır. Hz. Musa'nın peygamber olmadan önce burada Şuayb Peygamber'i ziyaret ettiği anlatılmaktadır. Bu nedenle şehir ve harabeler halk tarafından kutsal kabul edilmektedir (Akbiyık, 2014, s. 215).
Hz. İbrahim'in Doğduğu Mağara (Mevlidi Halil Mağarası)	Şanlıurfa	Rivayete göre müneccimler Nemrut'a İbrahim adında bir çocuk doğacağını, ataların dininden sapacağını, putlarını kıracağını ve tahtını yıkacağını söylemiştir. Nemrut da söz konusu tarih gelince gebe kadınları toplayıp hapsedmiştir. Bu sırada Hz. İbrahim'in annesi kaçmış ve bir mağarada doğum yapmıştır (Gündüz, 2022, s. 270).
Balıkliğöl (Halil-ür Rahman Gölü)	Şanlıurfa	Tarihi M.Ö. 9500'lere dayanmaktadır. Hz. İbrahim'in ateşe atıldığında düştüğü yer olarak bilinmektedir. Gölde bulunan sazan balıkları halk tarafından kutsal kabul edilmektedir (Tel ve Erdoğan, 2021, s. 517).
Aynzeliha Gölü	Şanlıurfa	Halil-ür Rahman Gölü'nün güneyinde yer almaktadır. Gölde bulunan balıklar halk tarafından kutsal kabul edildiği için yenilmemektedir. Hz. İbrahim ateşe atılacağı zaman, Nemrut'un kızı Zeliha, Hz. İbrahim'in dinine iman ettiğini söyler ve babası tarafından ateşe atılır. Zeliha yanarak can verir. Zeliha'nın düştüğü yerde bir göl oluşur. Bu göle de Aynzeliha (Zeliha Gölü veya Pınarı) adı verilir (https://www.sanlıurfa.bel.tr/icerik/225/624/aynzeliha-golu, 2023).
Eyyub Nebi Köyü	Şanlıurfa	Eyyub Peygamber sabrı ile örnek alınmıştır. Günümüzde Eyyub Peygamber'in Türbesini ziyaret edenlerin de hastalıklarına şifa bulacağına inanılmaktadır. Hz. Eyüp Sabır Makamı, Eyüp'un Kabri, Sabır Taşı ve Şifalı Su yer almaktadır.
Ulu Cami	Diyarbakır	Kentin 639 yılında Araplar tarafından fethiyle yapıldığı ve Mar Toma Kilisesi'nden dönüştürülmüş olduğu belirtilmektedir. Yapı Erken İslam döneminin ünlü Şam Emeviye Camii'nin, benzerliklerden dolayı Anadolu'ya yansması olarak yorumlanmıştır (Halifeoğlu ve ark, 2017, s. 3).
Behram Paşa Cami	Diyarbakır	Diyarbakır'ın on üçüncü valisi Behram Paşa tarafından 1564-1572 yılları arasında yaptırılmıştır. Mimar Sinan'ın eseri olarak önem taşımaktadır. Cami; medrese, şadırvan ve hamamdan oluşan bir külliye parçasıdır (Olğun, 2023, s. 17)

Şeyh Mutahhar (Dört Ayaklı Minare) Cami	Diyarbakır	Akkoyunlu hükümdarı Sultan Kasım tarafında hicri 906 yılında inşa ettirilmiştir. Adını inşası sırasında yapılacağı arazi üzerinde mezarı bulunan Şeyh Mutahhar'dan almıştır. Diyarbakır Ulu Camii, On göznlü köprü ve Diyarbakır surları ile kentin en önemli arasında yer almaktadır. Yapıdaki dört ayağın İslam'ın dört ana mezhebini simgelediğine inanılmaktadır (Uğurlu ve ark, 2017, s. 2).
Safa Cami	Diyarbakır	Safâ, Parlı, İpariye, İparla, Palo isimleri ile bilinmektedir. Şeyh İbrâhim Safî'nin oğlu Cüneyd-i Safevî'nin emri ile Uzun Hasan (1454-1478) tarafından yaptırılmıştır. Evliya Çelebi'nin bu yapıdan İpariye diye söz ettiği ve yağmurlu havada duvarlarının misk koktuğunu söylediği belirtilmektedir (Karakaya, 2010, s. 65).
Kale Cami (Hz. Süleyman-Nazırıye Cami)	Diyarbakır	1155-1160 yılları arasında Nisanoğlu Ebul Kasım tarafından yaptırılmıştır. Caminin Diyarbakır'ın İslam orduları tarafından alınışı sırasında şehit düşen sahabelerin yattığı bir Meşhed bulunmaktadır (https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/diyarbakir/gezilecek/yer/hazret-suleyman-cami , 2023).
Meryem Ana Süryani Kadim Kilisesi	Diyarbakır	VI. yüzyıldan kalma bir yapıdır. Kilisenin mihrabı Bizans dönemine aittir. Kilise içerisinde birçok azizin resimleri mevcuttur. Günümüzde de kullanılan bir Süryani-i Kadim kilisesidir (Bingöl, 2007, s. 260).
Saint Georgi (Kara Papaz) Kilisesi	Diyarbakır	Türkiye Kültür Mirasları arasında yer almaktadır. Diyarbakır'da yapılan ilk taşınmaz eserlerdendir.
Zinciriye Medresesi	Diyarbakır	1198 yılında Artuklular Dönemi'nde inşa edildiği ileri sürülmektedir. 1990-2009 yılları arasında Diyarbakır İl Müftülüğü'ne kiralanmış ve Kız Kuran Kursu olarak kullanılmıştır. 2014 yılında ise Kuran Araştırmaları Merkezi olarak hizmete devam etmiştir (Ünal ve Gürbıyık, 2015, s.7).
Mesudiye Medresesi	Diyarbakır	Diyarbakır'da Osmanlı hâkimiyetinden önce inşa edilmiş fakat Osmanlı İmparatorluğu Dönemi'nde Osmanlı himayesine alınmıştır. Medresedeki kitabelerin birinde Sökmen II'nin bu yapıyı dört Sünni mezhebin öğrenim görmesi için yaptırdığı belirtilmiştir (Aydın, 2022, s. 7).
Ulu Cami	Mardin	Cami içerisinde yer alan kitabelere göre Artuklu Emiri Kudbeddin İlgazi ve oğlu Melik Hüsameddin İlgazi tarafından 1176-1186 yılları arasında inşa ettirilmiştir (Çağlayan, 2018, s. 3).
Şehidiye Cami ve Medresesi	Mardin	XIII. yüzyılda Artukoğulları Dönemi'nde yaptırılmıştır. Artuklu Sultan Melik Nasuriddin Artuk Aslan tarafından yaptırılmıştır. Artuk Aslan'ın da kabrinin de burada olduğu rivayet edilmektedir (Bingöl, 2007, s. 278).
Sultan Şeyhmus Türbesi	Mardin	Sultan Şeyh Musa, Zoli aşiretinin reisi ve iyi bir insan olarak bilinmektedir. Zoli aşiretinin diğer şeyhleri aynı yere gömülmeyi vasiyet edip buraya gömülmüşlerdir. Şeyh Musa dışındaki 9 şeyhin mezarı da burada yer almaktadır. Adak adama, kurban kesme yeri, engellilerin iyileştiğine inanılan bir türbedir (Öztürkatalay, 1995, s. 405).
Deyr-ul Manastırı (Mor Gabriel)	Mardin	Süryaniler için birinci kutsal mekân Kudüs, ikinci kutsal mekân ise Mor Gabriel Manastırı'dır. Bu nedenle Mezopotamya'da "doğu manastırların güneşi" olarak adlandırılmıştır. Mor Gabriel Tur Abdin Bölgesi'nin önde gelen azizlerinden biridir. Bu nedenle kiliseye ismi verilmiştir (Güzel, 2020, s. 690).
Mor Yakup Kilisesi	Mardin	313 yılında inşa edildiği bilinmektedir. Zeynel Abidin Cami ve Mor Yakub'a ait bir lahit Dünya Geçici Miras Listesi'nde yer almaktadır. Tur Abdin Bölgesindeki en eski kiliselerden biri olarak kabul edilmektedir (Küçük, 2019, s. 26).
Mor Barsavmo Kilisesi	Mardin	Kilisenin üst örtüsü çöktüğü için dışarıdan çok fark edilmemektedir. Kaya oyma olan kilise uzaktan bakıldığında bir sarnıç gibi görünmektedir. Kilisedeki sunağın üstünde büyük bir her iki yanında kırmızı renkle boyanmış Malta haçı formunda birer haç daha yer almaktadır (Korkut, 2023, s. 22).
Şeyh Mahmut Türki Türbesi	Mardin	Şeyh Mahmud El Türki'nin, Mardin'de Abbasi döneminde Türkmen boylarının bölgeye yerleşmesinde ve bölgenin Türkleşmesine katkı sağlayan bir komutan olduğu bilinmektedir (Yeşilbaş ve Acar, 2021, s. 30).
Hah Harabeleri	Mardin	Tur Abdin bölgesinin en eski dini merkezlerinden biridir. Mor Sobo Katedrali ve Meryem Ana Kilisesi gibi önemli iki yapıya ev sahipliği yapmaktadır. MS. 4. ve 5. yüzyıla tarihlenen yapıları ve kendine özgü mimarisıyla köy oldukça dikkat çekmektedir (https://mardin.ktb.gov.tr/TR-317122/anitli-koyu-hah-harabeleri.html , 2023).
Hızır Bey Cami	Batman	1485 tarihinde Kozluk ve Sason Beyi Ebubekir Roşki'nin oğlu Hızır Bey tarafından inşa ettirilmiştir. Önemli Osmanlı eserlerinden biri olduğu bilinmektedir (Aktan ve ark, 2016, s. 3).
Mor Kiryakus Manastırı	Batman	Manastır, Dera Qira olarak da anılmaktadır. Yapıda genel olarak kesme taş kullanılmıştır. Günümüzde manastırın bazı bölümleri köylüler tarafından kümes ve ahır olarak kullanılmaktadır. Yapının en nitelikli cephesi Çan Kulesidir. Süryaniler için önem arz etmektedir (Işık ve Korkut, 2019, s. 11).
Seyyid Türbesi	Batman	Türbenin yer aldığı külliye içerisinde tekke, zaviye, çilehane, inzivaya çekilme merkezi, mescitler ve gelen giden ziyaretçilerin barınma ve konaklama odaları bulunmaktadır. Türbedeki ahşap sanduka üzerindeki kitabede Seyit Hasan isminde bir zata ait olduğu ve ölüm tarihinin de 1251 yılı olduğu belirtilmiştir (http://batmankulturenvanteri.org/Haberler-122-seyit_hasan_turbesi-568.aspx?vid=585 , 2023).
İmam Abdullah Zaviyesi	Batman	Hasankeyf Eyyubi Meliki el-Melikü'l Muvahhid Takıyyeddin Abdullah tarafından 1249-1294 yılında yaptırıldığı belirtilmektedir. Yapı türbe, minare, mezarlık ve bahçeden oluşmaktadır. Fakat bu yapıların büyük bir bölümü yıkılmış durumdadır (Akgönül ve Eliüşük, 2016, s. 2).

Zeynel Kümbeti	Bey	Batman	Akkoyunlu hükümdarı Uzun Hasan tarafından saltanat döneminde şehit düşen oğlu Zeynel Bey için yaptırılmıştır. Zeynep Bey, 1473 yılında Akkoyunlu ve Osmanlı arasında yapılan Otlukbeli savaşında şehit olmuştur (Yurttaş, 2010, s. 1).
İbrahim Bey Camii		Batman	1705 yılında Garzan Aşiretinden İbrahim Bey tarafından yaptırılmıştır. Caminin minaresi çift yollu inşa edilmiştir. Yolların ilki 100 adet basamaktan diğeri ise 99 adet basamaktan oluşmaktadır (https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/batman/gezilecekyer/ibrahim-bey-camii , 2023).
Mor Aho Manastırı		Batman	Halk arasında Deyr Mahar olarak adlandırılmaktadır. Kelime manası olarak Deyr Mahar, Mahar Kilisesi anlamına gelmektedir. Dicle kenarında olması nedeni ile bol meyve veren bir bahçesi bulunmaktadır. Halk arasında bu bahçe Attafiye Bahçeleri olarak anılmaktadır (https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/batman/gezilecekyer/mor-aho-manastiri , 2023).
Veysel Karani Türbesi		Siirt	Hz. Muhammed'in ölümünden sonra hırcasının Veysel Karani 'ye verildiğine inanılmaktadır. Hz. Ali'nin daveti üzerine Sıffin Savaşı'na katılarak burada şehit düşmüştür. Bir başka rivayete göre ise; Veysel Karani, İran ve Azerbaycan fetihlerine katılmış sefer dönüşü şehit olmuştur. İnanışa göre Hz. Muhammed bir hadisinde "Beni ziyaret etmek imkânına erişemediğinizde, kardeşim Veysel Karani'nin mekânını ziyaret ediniz" dediği için türbesi her yıl binlerce kişi tarafından ziyaret edilmektedir (Özgen, 2013, s. 10).
Şeyh İsmail Fakirullah Türbesi		Siirt	Fakirullah'ın öğrencisi İbrahim Hakkı tarafından yaptırılmıştır. İbrahim Hakkı, hocası İsmail Fakirullah'ın vefatında "Hocamın başucuna doğmayan güneşi neyleyim?" demiştir. Bunun üzerine hocasının defnedildiği türbenin yanına 8 köşeli ve 10 m yüksekliğinde bir kule yapmıştır. Gece ve gündüzün eşit olduğu ekinoks günlerinde (21 Mart ve 23 Eylül) kalenin arkasındaki vadiden yükselen güneş duvara çarpmaktadır. Işık duvarda bulunan pencereden geçmektedir. Kırılan ışık türbenin penceresinden içeri girerek, İsmail Fakirullah Hazretleri'nin mezarının başını aydınlatmaktadır (https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-137906/ismail-fakirullah-turbesi-siirt-2015.html , 2023).
Erzurumlu İbrahim Hakkı Merkati		Siirt	Dönemin ünlü şeyhlerinden olan Şeyh İsmail Fakirullah'ın öğrencisidir. Şeyh'ine olan bağlılığı ile bilinmektedir. Dönemin ünlü âlim ve bilginlerinden biridir.
Nuh Peygamber Türbesi		Şırnak	Nuh'un gemisinin Kur'an-ı Kerim'de "Cudi" dağına yanaştığı belirtilmektedir. Kaynakların çoğu bu dağın Şırnak'ta yer alan Cudi Dağı olduğunu savunmaktadır (Güneş, 2014, s. 3). Bu nedenle bölge için Hz. Nuh Peygamber önemli bir yere sahiptir.
Cizre Ulucami		Şırnak	1155-1156 yılında Cizre Zengi Atabeyi Ebu'l-Kasım Mahmud Sencer Şah tarafından inşa edilmiştir. Cizre Ulu Camii'nin minaresi tuğla malzemeden yapılmıştır. Kare kaideli ve silindirik gövdelidir. Gövde yükseldikçe incelmektedir (Ertekin, 2011, s. 19).
Kırmızı Medrese		Şırnak	Kırmızı Medrese, medrese, mescit ve türbe gibi üç ayrı binanın bir arada bulunduğu bir külliye'dir. Mescit kısmı günümüzde aktiftir. Bu kısımda bir dönem tıp dersleri verilmiş bir medrese yer almaktadır (Şengül, 2014, s. 5).
Mor Yakup Kilisesi		Şırnak	19. yy. sonlarında terk edilmiş bir yapıdır. Günümüzde geri dönüşlerin olduğu bir Süryani köyü olan Ögündük 'teki yer almaktadır. Bu kilise bir manastır kompleksi olarak yapılmıştır. Kilise günümüzde aktiftir (Soydan ve Şarman, 2013, s. 15).

ALAN YAZIN

Çalışma kapsamında Güneydoğu Anadolu'da inanç turizmi konusuna ilişkin İnternet kaynakları ve yazılı kaynaklara başvurulmuştur. Günel (2006), yaptığı çalışmada Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin Dicle Bölümü'nde yer alan Mardin kentinin kültürel çekicilikleri ve turizm amaçlı kullanım olanaklarını incelemiştir. Kentin Hıristiyan ve Süryani toplumlar için önemli miraslar barındırdığı bilinmektedir. Ayrıca kentte birçok Türk-İslam yapılarına da rastlanmaktadır. Ancak mevcut potansiyelin değerlendirilmesi için araştırma sahasını kapsayan bir kurul oluşturulması ve bölgenin turizm altyapısının düzenlenmesi önerilmiştir. Bölgenin turizmde daha başarılı olması için kültürel çekiciliklerin değişen turizm anlayışına göre düzenlenmesi, zengin kültürel öğelerin turistler için deneyimsel tüketime uygun hale getirilmesi önerilmiştir.

T.C. GAP Kalkınma İdaresi Başkanlığı (2012), Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin inanç turizmi potansiyeline yönelik bir çalışma yapmıştır. Çalışmaya göre; bölge, inanç turizmi ve kaynaklar açısından ülkenin en gelişmiş kesimidir. Bu kaynaklar genellikle yerel halk tarafından kullanılmaktadır. Bölge Hıristiyan ve Süryani topluluklarının yanı sıra Şii topluluklar tarafından da sıkça ziyaret edilmektedir. Fakat yazın yaşanan aşırı sıcaklıklar sebebi ile ziyaretçi sayısında yaz mevsiminde ciddi düşüşler yaşandığı söylenmektedir.

Kürkçüoğlu ve Erkol (2013), Şanlıurfa ilinin kültür ve inanç turizmi üzerinde bir çalışma yapmıŐlardır. Şanlıurfa,  semavi dine ait pek çok tarihi yapıyı bünyesinde barındırmaktadır. Özellikle üç semavi dinde de kutsal kabul edilen Hz. İbrahim, diğer peygamberler ve sahabelerin yaşadıkları topraklara daha çok önem verilirse ilin mevcut potansiyeli artabileceği vurgulanmaktadır. Dini turizm açısından değerli olan bölgenin diğer alternatif turizm faaliyetlerinin de desteklenmesi, bölgeye yönelik yapılan akademik çalışmaların arttırılması önerilmektedir.

Soydan ve Şarman (2013), Süryanilerin ilk yerleşim yerlerinin Mezopotamya ve Anadolu olduğunu belirtmiştir. Özellikle Süryaniler tarafından kutsal kabul edilen ve merkezi Midyat olan Tur Abdin bölgesi inanç turizmi açısından önemli bir çekim merkezidir. Tur Abdin Bölgesi Mardin, Şırnak, Batman'ın bazı ile ve köylerini kapsamaktadır. Bu nedenle Güneydoğu Anadolu bölgesi özellikle Süryaniler için önem taşımaktadır.

Demircan ve çeken (2014) yılında benzer bir çalışma ile Midyat bölgesindeki inanç turizmi potansiyelini değerlendirmişlerdir. Çalışmada Midyat'ın inanç turizmi açısından önemli değerleri ve potansiyeli olduğunu ancak istenilen düzeyde değerlendirilmediği vurgulanmıŐtır. Kentin inanç turizminde istenilen düzeyde olmamasının öncelikli nedeni eksik ve hatalı tanıtım faaliyetleri olarak belirlenmiştir. Yetersiz sosyo-kültürel yapı, alt yapı eksikliği, uygun olmayan iklim koşulları, turizm ve rekreasyon alanlarının az olması ile turizm talebinin yetersiz olması da bu durumun önemli nedenleri arasındadır.

zgen (2013), Siirt ilinde İslam inancının yayılmasında önemli bir rol oynayan Veysel Karani ve İbrahim Hakkı'ya ait türbelerin bulunduğu Tillo (Aydınlar) kasabasının inanç turizmindeki önemine deđinmiŐtir. Siirt önemli inanç merkezlerine sahiptir. Fakat turizmde geliŐememiŐ olmasında bazı sorunların altını çizmiŐtir. Bu sorunlar Akay'ın (2022) yaptığı çalışmada da belirtilmiştir. Çalışmalarda ne çıkan ortak sorunlar; ulaşım imknlarının kısıtlı olması, beŐeri faaliyetlerdeki yetersizlik, alt yapıda ve üst yapıdaki sorunlar, tanıtım ve reklam yetersizliği olarak belirlenmiştir. Ancak bu olumsuzlukların yanı sıra zgen (2013) ve Akay'ın (2022) alıŐmalarında kentin doğal alanlarının olması, tarım faaliyetlerinde ne çıkması, önemli din kaynakları ve geçiş yollarının bulunması ve Botan Vadisi'nin varlığı kentin inanç turizmindeki ayrıcalıkları olarak belirtilmiştir.

Rençber (2014), Anadolu ve Adıyaman Alevileri için Adıyaman'daki türbe ve yatır ziyaretlerinin önemine vurgu yapmıştır. Adıyaman'a bağlı Gerger, Samsat ve Sincik ilçelerinde Alevi yerleşim yerleri de bulunmaktadır. Bu nedenle Alevi inancı için de önemli bir yere sahiptir. Bölgede aynı zamanda Kürt, Türk, Zaza, Müslüman, Süryani, Ermeni, Sünni ve Aleviler gibi farklı etnik kökenli topluluklara ve onlara ait birçok esere rastlanmaktadır.

zpay (2017), yaptığı çalışmada Malatya'da yer alan Balıklı gl ve çevresinin inanç turizmi açısından özelliklerini SWOT analizi ile inceleyerek değerlendirme yapmıştır. Çalışma sonucunda Balıklı Gl'n inanç turizmi açısından güçlü yönleri arasında balıkların kutsal kabul edilmesi, ulaşım imknlarının bölgede yeterli olması, zoocoğrafya açısından Balıklı Gl ve çevresinin zengin olması iken zayıf yönleri: konaklama imknlarında yetersizlik, nüfusun gelir kaynaklarının sınırlı olması, karasal iklimin olumsuz özellikleri olarak belirlenmiştir. Hava ve kara ulaşımının geliştirilmesi, Arguvan Trk Festivali'nde Balıklı Gl tanıtımının yapılması ise fırsatlar arasında yer almaktadır. İnanç turizmi açısından Balıklı Gl'n Kızık Köyü'nün içinde olması

nedeniyle çevresel problemlere yol açabilmesi, ziyaretçilerin suya yiyecek, para atması ve çevre kirliliği ile atık sorunu ortaya çıkması gibi tehditler çalışmada yer almaktadır.

Arıç (2018), Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yerleşme tarihi en az 15000-18000 yıl öncesine ulaştığını belirtmektedir. Bu tarih aralığı şehirlerin ve inanç sistemlerinin de ortaya çıkış tarihi ile eş zamanlıdır. Çalışmaya göre bölgedeki en değerli buluntulardan biri Şanlıurfa'da bulunan Göbeklitepe Höyüğü'dür. Bir tapınak kalıntısı olarak düşünülen yapı 12000 yıl öncesi ile tarihlendirilmiştir. Aynı zamanda Şanlıurfa Hz. İbrahim, Hz. Yakup, Hz. Eyyüb, Hz. Yusuf, Hz. Lut, Hz. Elyasa, Hz. Şuayb ve Hz. Musa peygamberlerin yaşamış olmasından dolayı "Peygamberler Şehri" olarak adlandırılmaktadır. Diyarbakır'da 890 adet sahabe kabri yer almaktadır. Siirt ilinde Tillo ve Baykan ilçeleri ve Mardin ilinde manastır ve kiliselerin bolluğu dikkat çekmektedir.

Kaya (2019), Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde bulunana Batman ilinin inanç turizmi potansiyeli üzerine bir SWOT analizi yapmıştır. Çalışmada il genelinde dini amaçlı etkinliklerin varlığı, cami, zaviye, türbe, kale, han, höyük, kümbet gibi eserlerin mevcut olması, GAP tur programının geçiş güzergâhında yer alması, havalimanı varlığı ve farklı kültür ve dinden toplumların bir arada yaşaması Batman ilinin güçlü yönleri, mevcut faaliyet alanlarının koruma altında olmaması ve yetersiz olması, Hasankeyf'e yeterli turizm yatırımının bulunmaması, manastırların ilk örnek olmasına rağmen gerekli ilgiyi görmemesi, Hasankeyf'te yer alan 400 adet mağaradan yararlanılmaması Batman ilinin zayıf yönleri olarak belirtilmiştir. Batman ilinin tehditleri ise zaten az olan etkinliklerin güvenlik sebebi ile hiç yapılmaması, Hasankeyf ören yerinin büyük çoğunluğunun sular altında kalacak olması, daha önce Sunexpress tarafından yapılmakta olan İzmir ve Antalya uçuşlarının kaldırılması gibi, mevcut uçuş seferlerinin de kaldırılması ya da sefer sayılarının azaltılması riskidir. Yeni etkinlik ve festivallerin oluşturulma imkânı, yeni Hasankeyf projesinin hayata geçirilmesi, Ilısu barajının sularıyla Hasankeyf'in sular altında kalmasının ardından suya dayalı sportif faaliyetlerin geliştirilme potansiyelinin olması ise ilin fırsatları olarak değerlendirilmiştir.

Mahmutoğlu (2023), Gaziantep ve çevresinin pek çok medeniyete ev sahipliği yapması sebebiyle insanlık ve dünya tarihi açısından önemli olduğunu belirtmiştir. Bölgeden İpek Yolunun geçmesi de önemli bir uğrak noktası olmasında etkilidir. Çalışmada bölgenin Mezopotamya, Asur, Hitit, Mitanni, Med ve Pers, daha sonra İskender, Selefkos, Roma, Bizans ve İslam uygarlıklarını barındırdığı, dolayısıyla çok köklü ve zengin bir tarihe sahip olduğu vurgulanmaktadır.

Alan yazın taraması sonucunda Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması ve çeşitli dinleri barındırmış olması bölgeyi önemli kılmaktadır. Bölgede üç semavi din ve çoklu dinlere ait pek çok yapı yer almaktadır. Fakat yapılan alan yazın taramasında bölgenin inanç turizmi açısından güçlü, zayıf yönleri ve fırsat ve tehditleri olduğu da belirlenmiştir. Bu çalışmada alan yazından yararlanarak bir SWOT analizi yapılmıştır.

MATERYAL VE YÖNTEM

Çalışmanın amacı; Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin mevcut inanç turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi, gelecek kuşakların da bu konuda bilinç sahibi olması ve ileride yapılacak yeni bilimsel çalışmalara katkı sunmasıdır. Bu sebeple araştırma, nitel araştırma yöntemi kullanılarak hazırlanmıştır. Nitel araştırma; gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, doğal ortamda gerçekleşen bütün olayları ve algıları gerçekçi bir biçimde açıklayan nitel bir sürecin izlendiği araştırma modeli olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 40).

Araştırmanın evrenini Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan inanç turizm merkezleri oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak doküman analizi yapılmıştır. Araştırma verileri 25 Ocak- 05 Şubat 2024 tarihleri arasında internet dokümanları incelenerek toplanmıştır. Dokümanlar incelenerek SWOT analizi yapılmıştır. SWOT analiz tekniği bir firmanın, sektörün, yatırımın, ülkenin veya coğrafi bölgenin kendi bireysel özelliklerinden kaynaklanan güçlü ve zayıf yönleri ile geleceğe yönelik olarak kontrol edilebilen veya edilemeyen çevre faktörlerinden kaynaklanan fırsat ve tehditlerin saptanmasını amaçlayan bir tekniktir (Karadeniz ve ark., 2007, s. 196).

SWOT Analizi yapılmasının çalışmaya başlıca iki yararı vardır. Birincisi; güçlü ve zayıf yönler ile karşılaşılan fırsatlar ve tehditler ortaya konmaya çalışılmaktadır. Bu yönü ile "mevcut durum" analizi görevi üstlenmektedir. Gelecekteki durumla ilgili tespit ve tahmin etmeye yarayan bir analiz olma yönüyle de "gelecek durum" analizi olarak değerlendirilmektedir (Büyükalaca ve ark., 2009, s. 26). Turizm açısından bakıldığında SWOT analizi, bir destinasyonun mevcut durumunu ve gelecekte karşılaşılabileceği fırsat ve tehditleri belirlemek için güçlü bir araçtır. Bu analiz, destinasyon yöneticilerinin stratejik planlar yapmasına, kaynakları daha etkin kullanmasına ve destinasyonun sürdürülebilir gelişimini sağlamasına yardımcı olur. Destinasyonun güçlü yönlerini pekiştirmek, zayıf yönlerini iyileştirmek, fırsatları değerlendirmek ve tehditlere karşı önlemler almak, uzun vadeli başarı için kritik öneme sahiptir.

BULGULAR

Yapılan doküman analizinden elde edilen ortak bulgulardan yola çıkarak Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin inanç turizmi potansiyeli hakkında bir SWOT analizi (Tablo 2) yapılmıştır. Yapılan değerlendirmelerde bölgenin inanç turizmi açısından yüksek bir potansiyele sahip olduğu görülmektedir. Bu durumdaki en önemli etken bölgenin Mezopotamya bağlantısının olmasıdır. Bölge Mezopotamya ve Tur Abdin bölgesi kapsamında yer aldığı için çeşitli etnik grupları barındırmıştır. Bu etnik gruplarının farklılıklarından doğan ibadet kültürleri ve merkezleri bölgeyi inanç turizmi yönünden zengin kılmaktadır. Toplulukların farklı pek çok dini, tarihi ve mimari yapısının bölgede muhafaza edilmiş olması temel ziyaret sebeplerinden biridir. Özellikle üç büyük dine ait kutsal kitaplarda Güneydoğu Anadolu Bölgesi ve bazı şehirlerinden bahsedilmektedir. Şanlıurfa ve Mardin'de ağırlıklı olarak Peygamberlerin yaşamış olması bölgeyi ayrıcalıklı kılmaktadır. Adıyaman, Batman, Şırnak ve Siirt'te de birçok Peygamber kabri ve sahabe türbelerinin varlığı bölgeyi ön plana çıkarmaktadır.

Günümüzde Güneydoğu Anadolu'da farklı din ve etnik kökenli toplumlar halâ yaşamlarını sürdürmektedir. Ayrıca bölgede bazı kentlerde Süryani, Hıristiyan toplumlarına ait yerleşkeler de mevcuttur. Bölge Asya ve Avrupa arasında yer aldığı için geçmiş dönemlerden günümüze kadar çeşitli toplumlar arasında ticaret faaliyetlerine de aracılık yapmıştır. Bu faaliyetler sırasında gelen toplumlar bölgede konaklamakta veya bölgeyi belirli aralıklarla ziyaret etmektedir. Son dönemlerin en büyük keşiflerinden biri olan Göbeklitepe'nin keşfi ise bölgeye büyük bir anlam katmıştır. Bu keşif ile Göbeklitepe tarihin sıfır noktası olarak nitelendirilmiştir.

Nemrut, Eysel Bahçeleri, Göbeklitepe, Harran vb., yapıların UNESCO miras listesinde yer alması da bölgenin değerini yansıtmaktadır. Yapılan akademik çalışmalar analiz edildiğinde en çok bahsedilen konu bölgedeki ulaşım sorunudur. Bölgede önemli bir turizm potansiyelinin olmasına rağmen alt yapı ve üst yapıdaki yetersizlikler turizm talebinde istenilen artışın sağlanamamasına neden olmaktadır. Ayrıca bölgede kitabesi ve tarihine ulaşılamayan çok fazla yapının olması, konaklamadaki yetersizlikler, yerel rehber

eksikliği ve tahrip edilmiş yapılara rastlanması da mevcut potansiyele gölge düşürmektedir. En önemli konulardan biri ise günümüzde güncel bir sorun haline gelen deprem olasılığıdır. Güneydoğu Anadolu Bölgesi 6 Şubat 2023 yılında yaşanan deprem ile riskli deprem bölgesi alanlarından biri olarak belirlenmiştir. Bölgenin deprem açısından tehdit oluşturması ziyaretçi sayılarını etkileyebilmektedir. Bu durumda yerel halkın turizm hakkında bilinçlenmesi ve turizm faaliyetlerine katılması da olası fırsatlar arasında değerlendirilmektedir. Fakat bu çalışmalar yapılırken bazı tehditler de oluşabilir. Özellikle alt yapı ve üst yapı çalışmaları esnasında bilinçsiz çalışılması bölgede ciddi bir tehdit oluşturabilir. Uygun olmayan yenileme çalışmaları ile yapının orijinalliği bozularak yapıda deformeler oluşması da olası bir sonuçtur. Doğal alanların özellikle ulaşım için tahrip edilmesi, dini yapıların kullanım amacının dışına çıkılabilmesi de öngörülmektedir. En önemli konulardan biri ise bilinçsiz inşaat, restorasyon ve alt yapı çalışmalarının depremi tetikleyebilecek olmasıdır. Gereken çalışmalar ve düzenlemelerin bu tehditleri göz önünde bulundurarak yapılması bölge için önem arz etmektedir.

Tablo 2.

Güneydoğu Anadolu Bölgesi İnanç Turizm Değerleri SWOT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
Çok farklı dini yaşamlara ve kültüre sahip olması	Alt yapı ve üst yapı çalışmalarının yetersiz olması
Üç semavi dinin kutsal kitaplarında Güneydoğu Anadolu bölgesinde yer alan pek çok kentten bahsedilmiş olması.	Yerel rehber eksikliği.
Üç semavi dine hizmet eden peygamberlerin bu coğrafyada belirli dönemlerde yaşamış olması.	Ulaşım sorunlarının olması
Musevi, Hıristiyan ve Süryani ve Müslüman topluluklara ait pek çok inanç merkezine sahip olması.	Yeterli tanıtım yapılmaması
Asya ve Avrupa arasında önemli yollara sahip olduğu için çeşitli toplulukların ve dinlerin uğrak noktası olması.	Konaklama tesislerinin yetersizliği
Peygamber şehri olarak tanınan Şanlıurfa ve büyük bir keşif olarak nitelendirilen Göbeklitepe'nin bu bölgede olması.	Tarihi ve kitabesi olmayan eserlerin mevcut olması
Fırsatlar	Tehditler
Yerel halkın turizme katılma isteği	Terör bölgesi olması, Suriye'ye yakınlığı ve Suriye'de savaş olması
Alternatif turizm çeşitleri için uygunluk	Deprem bölgesi olması
Kültürel ve dini etkileşimler	Dini yapıların amacı dışında kullanılması
Kentlerin turizm yönünden kalkınması	Bilinçsiz alt yapı ve üst yapı çalışmalarının olası bir depremi tetiklemesi
Yerel halkın turizmden gelir elde etmesi	Doğal alanların restorasyon çalışmaları sırasında tahrip edilmesi

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmada Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin inanç turizmindeki güçlü, zayıf yönleri ve fırsatları, tehditleri belirlenmiştir. Bölgenin güçlü yönleri ele alındığında; Özkan ve ark., (2019), Arınç (2018), Harunoğulları (2016) çalışmalarında bölgede farklı etnik yapıda toplumların yaşamış olmasının bölgeyi avantajlı kıldığını belirtmiştir. Ayrıca pek çok peygamber ve sahabenin farklı dönemlerde bölgeyi ziyaret etmesi ve burada yaşamış olmaları bölgenin güçlü yönlerinden biri olarak ön plana çıkmaktadır. Gök ve Tuna (2013), Harunoğulları (2016) ve Arınç (2018) çalışmalarında çeşitli toplumların bölgede yaşamları sırasında kendi ibadethanelerini yapmış olmaları ve yapıların

günümüzde de korunmuş olmasının bölge için önemli olduğunu vurgulamıştır. Son yıllarda keşfi ile çok konuşulan Göbeklitepe'nin de bölge sınırları içerisinde olması mevcut turizm potansiyelini daha da değerli kılmaktadır (Arınç, 2018). Fakat bölgenin turizm yönünün bu kadar güçlü olmasının yanı sıra bu potansiyelin yeterince değerlendirilmediği düşünülmektedir. Çünkü bölgede turizm değerine gölge düşürebilecek bazı sorunlar ve bölgenin zayıf yönleri olduğu fark edilmektedir. Kaygın ve Güven (2013), Gök ve Tuna (2013), Harunoğulları (2016), Başer ve Olcay (2021) çalışmalarında bölgede alt yapı ve üst yapı yetersizlikleri olduğunu belirtmişlerdir. Arınç (2018) ve Özkan ve ark., (2019) ise aynı zamanda bölgede ulaşım konusunda sorunlar olduğuna yer vermiştir. Bölgede özellikle kara yolu ulaşımının yetersiz olması ziyaretçilerin sayısının düşmesine neden olmaktadır. Ulaşım sorunları nedeni ile birçok destinasyona ziyaret gerçekleştirilmesi zorlaşmaktadır. Öne çıkan konulardan biri de konaklama işletmelerinin yetersiz oluşudur. Konaklamanın yetersiz olması bölgenin ziyaret edilmesini zorlaştırmaktadır. Ziyaretçilerin kalacak yer ve hizmet konusunda eksik kalması bölgeye ziyaret etme isteği ve motivasyonunu da olumsuz bir şekilde etkileyebilmektedir. Gök ve Tuna (2013) çalışmasında bu sorunların yanı sıra bölgenin tanıtım ve reklam konusunda eksik kaldığını belirtmiştir. Çalışmalarda ortak olarak bölgenin eksik veya yanlış tanıtım faaliyetleri olduğuna vurgu yapılmaktadır. Bu nedenle bölge hakkında bilgi yetersizliği oluşmaktadır. Şüphesiz ki bu konuda en önemli rollerden biri turist rehberleridir. Turist rehberlerinin turlarda bölgeyi daha detaylı anlatması, acentelerin bölgeye daha sık tur yapmaları bu konuda önem arz etmektedir. Fakat çalışmalarda bu konuda da bölgede bir zorluk yaşandığı ve bölgede yerel rehberlerin yetersiz olduğu özellikle belirtilmiştir (Başer ve Olcay, 2021). Harunoğulları (2016), Arınç (2018) ve Özkan ve ark., (2019), tanıtım ve reklam konusunda bölgenin en büyük dezavantajlarından birinin Suriye sınırına yakın olması ve Suriye'deki mevcut savaş durumu olduğunu değerlendirmiştir. Bölgenin yakınlığı nedeni ile turistler bölgeyi güvenli bulmamaktadır. Aynı zamanda bölgenin terör olayları ile anılması da bölge imajını olumsuz yönde etkilemektedir. Son yıllarda Türkiye'de deprem felaketinin yaşanmış olması ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin 1. ve 2. Derecede deprem bölgesi ilan edilmesi ise bölgedeki bir diğer tehdit unsuru olarak nitelendirilmektedir. Bölgedeki turizm faaliyetlerinin artırılması için ilk yapılması gereken bölge ile ilgili tanıtım ve reklam faaliyetlerine yoğunlaşmaktır. Bölgede yer alan yapıların devlet korumasına alınması ve uygun restorasyon çalışmaları ile desteklenmesi gerekmektedir. Öncelikle yerel halkın ve gelen ziyaretçilerin de turizm ve kaynaklar hakkında bilinçlendirilmesi de önemli bir konudur. Deprem bölgesi olması nedeniyle bölgede güçlendirme çalışmaları yapılması gerekmektedir. Gerekli düzenlemeler yapıldığında şüphesiz ki bölgenin değeri artacaktır. Özellikle yapılan akademik çalışmaların desteklenmesi ve artırılması bölgeyi ziyaret edenlerin ve yerel halkın bilinçlenmesine katkı sağlayacaktır. Yerel halk bilinçlendiği takdirde turizme katılma istekleri de artacaktır.

KAYNAKÇA

- Akay, E. (2022). Siirt İli Turizm Potansiyelinin Swot Analizi ile Değerlendirilmesi. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1-2), 52-73.
- Akbıyık, M. (2014). Şanlıurfa İlinin Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi ve Planlamaya Yönelik Öneriler (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi.
- Akgönül, M. S., & Eliüşük, M. (2016). Hasankeyf İmam Abdullah Zaviyesi Konservasyon ve Restorasyon Çalışmaları. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 6(2/1), 193-227.
- Aktan, A., Çakırca, D., Adsan, M., & Çakan, A. (2016). Kozluk'un En Eski Taş Yapılarından Hıdır Bey Camii. *Bilim ve Gençlik Dergisi*, 4(2), 63-72.

- Albayrak, Y. & Mutlu, S. İ. (2018). Harran ve Soğmatar'da Sin Kültürünün Varlığı. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 37(37), 133-144. <https://doi.org/10.17498/kdeniz.397026>.
- Arıncı, K. (2018). Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinin İnanç Turizmi Potansiyeli ile Bölgesel Kalkınma Bakımından Değerlendirilme İmkânları. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Ekim (2022), 2129-2147.
- Avcı, M.C. (2019). Dünyanın İlk Anıtsal İnanç Merkezi: Göbekli Tepe (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Harran Üniversitesi.
- Aydın, M. N. (2022). XVIII. Yüzyılda Osmanlı'da Bir Eğitim Kurumu: Diyarbakır Mesudiye Medresesi. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Şubat (29). 268-286.
- Baltacı, M., & Kodalak, O. (2022). Türkiye ve Dünya'da Helal Turizm. *Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 92-102.
- Başer, M. Y., & Olcay, A. (2021). Battalgazi (Eski Malatya) İnanç Turizmi Potansiyelinin Swot Analizi ile Değerlendirilmesi. *Journal Of Tourism Intelligence and Smartness*, 4(3), 341-366.
- Batman İl Kültür Envanteri. (1999). (b.t). *Seyit Hasan Türbesi*. http://batmankulturenvanteri.org/Haberler-122-seyit_hasan_turbesi-568.aspx?vid=585 adresinden 27 Aralık 2023 tarihinde alınmıştır.
- Bilgin, S. E. (2018). Kilis Tekke (Canpolat Paşa) Cami ve Çini Süslemeleri Üzerine Bir Değerlendirme, *Iksad II-International Conference On Social Sciences*, 22(25), 1.
- Bingöl, Z. (2007). *Anadolu'da İnanç Turizmi*. Detay Yayıncılık.
- Büyükalaca, O., & Gül, A. (2009). Osmaniye ili SWOT analizi. Hasret ofset.
- Çağlayan, M. (2018). Ortaçağ'dan Günümüze Bir Anıt: Mardin Ulu Camii. *Restorasyon ve Konservasyon Çalışmaları Dergisi*, 1(21), 29-40.
- Demircan, Ş., & Çeken, H. (2022). İnanç Turizminin Yerel Kalkınmadaki Önemi: Midyat Örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 11(1), 75-92.
- Dural, S. (2013). Anadolu'da Peygamber Kabir ve Makamlarına Yönelik Halk İnançları (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi.
- Ertekin, M. Z. (2011). Cizre Ulu Camii. *Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, 27, 71-91.
- Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2023) (b.t). Dülükbaşa Türbesi. <https://gaziantep.ktb.gov.tr/TR-52363/gaziantep-evliyalari-ve-turbeleri.html> adresinden 24 Aralık 2023 tarihinde alınmıştır.
- Geçgin, E. & Korucuk, M. (2017). Turizm ile İlgili Genel Kavramlar, (Ed. Murat Kılıçbey). *Genel Turizm İçinde* (S. 1-19). Gazi Kitapevi.
- Gök, A., & Tuna, H. (2013). Turizm pazarlaması açısından Malatya ilinin potansiyelinin belirlenmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2013(1), 1-11.
- Güler, B. (2014). "Evliyâ Çelebi Seyahatnâmesi'ne Göre Anadolu'da Sahâbiler". *Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 32/32, 104-130.
- Güler, E. G. (2023). Overview of Turkey's Tourism History. In *History of Accounting, Management, Business and Economics*, Volume I (pp. 277-284). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Günel, V. (2006). Mardin İlinde Kültürel Çekicilikler ve Turizm Amaçlı Kullanım Olanakları. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi.
- Gündüz, A. (2022). İbrâhim (as) ve Ailesinin Urfa ile Olan Bağlantısı. *Türkiye İlahiyat Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 265-293. <https://doi.org/10.32711/tiad.1060804>.
- Güneş, H. (2014). Cezîre bölgesinde yaşadığına inanılan peygamberler. *Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 5(10), 27-50.
- Güzel, Ö. (2020). *Anadolu'da İnanç Turizmi*. Nobel Yayıncılık.
- Güzel, Ö. & Köroğlu, Ö. (2019). *Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma*. Nobel Yayıncılık.
- Hacıoğlu, N. & Avcıkurt, C. (2011). *Turistik Ürün çeşitlendirmesi*. Nobel Yayıncılık.
- Halifeoğlu, F., Cesur, M. & Güleç, C. (2017). Diyarbakır Ulu Camii Hanefiler Bölümünde Yer Alan Minber Kapısını Koruma Çalışmaları. *Restorasyon ve Konservasyon Çalışmaları Dergisi*, 1(20), 3-10.
- Harunoğulları, M. (2016). Kilis'in İnanç Turizmi Potansiyeli ve Kutsal Mekânları. *Electronic Turkish Studies*, 11(21).
- Işık, R. A., & Korkut, T. (2019). Mor Kuryakos (Dera Qira) Manastırının Günümüzdeki Mimari Durum Değerlendirmesi. *Kadim Akademi Sbd*, 3(2), 40-62.

- İpekyolu Kalkınma Ajansı, (2014). “İpekyolu Kalkınma Ajansı Adıyaman Yatırım Projesi”. <https://www.ika.org.tr/assets/upload/dosyalar/adiyaman-inanc-turizmi-raporu.pdf>. 20 Şubat 2024 tarihinde alınmıştır.
- Kahrıman, A. (2015). Zeugma Antik Kenti, *Academia Dergisi*. https://www.academia.edu/35508189/Zeugma_Antik_Kenti (24 Aralık 2023 tarihinde alınmıştır).
- Karadeniz, E., Kandır, S. Y., & Önal, Y. B. (2007). Seçilmiş paydaşların SWOT yöntemiyle Türk turizm yatırımlarını değerlendirmesine yönelik bir pilot çalışma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(2), 195-205.
- Karakaya, E. (2010). Şeyh Safâ Camii. *TDV İslam Ansiklopedisi İçinde* (65-66).
- Kaya, M. (2019). Batman İlinin Açık Alan Kültürel Rekreasyon Turizm Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Batman Üniversitesi.
- Kaygın, E., & Güven, B. (2015). *Adıyaman İli Swot Analizi*. Siyah İnci Akademi, İstanbul.
- Kilis İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2023) (b.t.). Şeyh Efendi Tekkesi (Nakşibendi Tekkesi). <https://kilis.ktb.gov.tr/TR-61716/seyh-efendi-tekkesi-naksibendi-tekkesi.html> adresinden 24 Aralık 2023 tarihinde alınmıştır.
- Korkut, T. (2023). Midyat'ta Bir Kaya Kilisesi (Gülgöze (Ayn Wardo) Mor Barsavmo Kilisesi). *Van İnsani ve Sosyal Bilimler Dergisi* (5), 13-48.
- Köksal, Y., & Karabulut, K. (2019). İnanç Turizmi ve Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Ağrı İli Örneği. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(1), 83-104. <https://doi.org/10.31463/aicusbed.523594>.
- Küçük, M. A. (2019). Türkiye'nin Turistik Dini Mekânlarına Bir Örnek: “Süryani Dinî Merkezleri”. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (33), 476-520. <https://doi.org/10.14520/adyusbd.517110>.
- Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü. (2015). İsmail Fakirullah Türbesi. <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-137906/ismail-fakirullah-turbesi-siirt-2015.html> adresinde 27 Aralık 2023 tarihinde alınmıştır.
- Kürkçüoğlu, S., & Erkol, G. (2013, Mayıs, 9-12). Şanlıurfa Kültür ve İnanç Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. (Sözlü sunum). *Uluslararası İnanç Turizmi ve Hoşgörü Konferansı*, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.
- Mahmutoğlu, M. (2023). Gaziantep'te Din ve İnançlarla İlgili Tespitler. *İlahiyat Akademi*, (17), 147-160.
- Mardin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2023) (b.t.). Anıtlı Köyü/ Hah Harabeleri. <https://mardin.ktb.gov.tr/TR-317122/anitli-koyu-hah-harabeleri.html> adresinden 26 Aralık 2023 tarihinde alınmıştır.
- Okuyucu, A. (2020). İnanç Turizmi Açısından Türkiye'de Dini Çekiciliklerin Dağılışı. *Turkish Studies-Social Sciences*, 15(5).
- Okuyucu, A. & Somuncu, M. (2013, Mayıs, 9-12). Türkiye'de İnanç Turizmi: Bugünkü Durum, Sorunlar ve Gelecek (Sözlü Sunum). *International Conference on Religious Tourism and Tolerance*. Muhsin Kar. 627-643. Konya.
- Olğun, T. N. (2023). Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da Bulunan Mimar Sinan Camilerinde Korumaya Yönelik Bir İnceleme. *Uluslararası Doğu Anadolu Fen Mühendislik ve Tasarım Dergisi*, 5(2), 167-197. <https://doi.org/10.47898/ijeased.1308461>.
- Ökten, Ş., & Çeken, H. (2008). Şanlıurfa'nın Turizm Pazar Potansiyeli ve Gap Bölgesi Kalkınmasındaki Önemi. *Verimlilik Dergisi* (1), 107-125.
- Özgen, N. (2013). Siirt'in İnanç Turizmi Mekânları: Ziyaret (Veysel Karani) ve Tillo (Aydınlar) Örnekleri. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(27), 251-272.
- Özkan, E., Curkan, S.C., & Salar, D. (2019). Adıyaman Bölgesi ve Nemrut Dağı Milli Parkı Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Eurasian Academy Of Sciences Eurasian Education & Literature Journal*, (9), 19-29.
- Özpay, G. A. (2017). Türkiye'de inanç turizmine yeni bir örnek: Kutsal Balıklı Göl (Malatya). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(3), 937-951.
- Öztürkatalay, L. (1995). *Mardin ve Mardinliler*. Seçil Ofset Yayınları, İstanbul.
- Rençber, F. (2014). Adıyaman Alevilerinin Coğrafi Dağılımları ve Demografik Yapısı. *e-Makalat Mezhep Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 7-18.

- Sonyel, S. R. (1985). Büyük Devletlerin Osmanlı İmparatorluğunu Parçalama Çabalarında Hıristiyan Azınlıkların Rolü. *Bellekten*, 49(195), 647-656.
- Soydan, E. & Şarman, N. (2013). Mardin ve Şırnak İllerindeki Süryanilere Ait Dini Yapıların Kültür (ve İnanç) Turizmi Potansiyeli. *International Journal of Social Science*, 6(8), 589-607.
- Şahin, H. A. (2019). Geç Hitit Beylikleri. *Oannes- Uluslararası Eskiçağ Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 131-153. <https://doi.org/10.33469/oannes.15>.
- Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi. (2017, Şubat 07). Aynzeliha Gölü. <https://www.sanlıurfa.bel.tr/icerik/225/624/aynzeliha-golu> adresinden 25 Aralık 2023 tarihinde alınmıştır.
- Şengül, A.B. (2014). Cizre Kırmızı Medrese: Mimari, İktidar ve Tarih. *Kebikeç*, 38.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı GAP Bölge kalkınma İdaresi Başkanlığı. (2012). GAP ve Turizm. İstanbul: Bilnet Matbaacılık.
- Tel, H. Ö, & Erdoğan, E. (2021). Şanlıurfa, Balıklı göl Kent Platosunun Ekolojik Tasarım Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Architectural Sciences and Applications*, 6(2), 564-585. <https://doi.org/10.30785/mbud.956282>.
- Tetik, Z. A. (2016). Yesemek Taş Ocağı ve Heykel Atölyesindeki Teknik Çalışmalar: Nakil Yöntemleri, Nakil Güzergâhları ve Geç Luwi Dönemi Basalt Eserlerin Dağılımı Hakkında Öneriler. *TÜBA-AR Türkiye Bilimler Akademisi Arkeoloji Dergisi*, (19), 159-169.
- Tuncer, O. C. (1996). Kilis Mevlevihanesi. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi* (2), 259-281.
- Türkiye Kültür Portalı. (2013, Şubat 13). Hz. Süleyman Cami. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/diyarbakir/gezilecekyer/hazret-suleyman-cami> adresinden 26 Aralık 2023 tarihinde alınmıştır.
- Türkiye Kültür Portalı. (2020, Şubat 10). Kurtuluş Cami. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/gaziantep/gezilecekyer/tarihi-camiler154353> adresinden 24 Aralık 2023 tarihinde alınmıştır.
- Türkiye Kültür Portalı. (2022, Ocak 22). İbrahim Bey Cami. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/batman/gezilecekyer/brahim-bey-cami> adresinden 27 Aralık 2023 tarihinde alınmıştır.
- Türkiye Kültür Portalı. (2022, Ocak 6). Mor Aho Manastırı. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/batman/gezilecekyer/mor-aho-manastiri> adresinden 27 Aralık 2023 tarihinde alınmıştır.
- Türkiye Kültür Portalı. (2023, Aralık 13). Kilis Cüneyne Cami. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kilis/gezilecekyer/cuneyne> adresinden 24 Aralık 2023 tarihinde alınmıştır.
- Uğurlu, M. A., Günaslan, S. E., & Karaşin, A. (2017). Dört Ayaklı Minare'nin modellenmesi ve yapısal analizi. *Dicle Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Mühendislik Dergisi*, 8(2), 413-422.
- UNWTO (2011). Religious Tourism in Asia and the Pacific. Madrid: UNWTO
- Ünal, C. & Gürbıyık, C. (2015). Uluslararası XIX. Orta çağ ve Türk Dönemi kazıları ve sanat tarihi. *Türk Tarih Kurumu Yayınları*, VIII. (27).
- Yaşar, İ. (2010). Adıyaman İl ve İlçelerindeki Evliya Anlatıları (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep Üniversitesi.
- Yaşar, M. (2019). Nemrut Dağı Kutsal Anıtı: I. Antiochos'un Dehası. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 9(19), 19-27. <https://doi.org/10.16950/iujad.568931>
- Yeşilbaş, E. & Acar A. (2021). Mardin Şeyh Mahmud El Türkî Aile Kabristanındaki Mezar Taşlarının Sanat Tarihsel ve Antropolojik Açından Değerlendirilmesi. *Şehir ve Medeniyet Dergisi*.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yurtaş, H. (2010). Hasankeyf Zeynel Bey Türbesi. *Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, (3).



ŞARAP ROTALARININ NİTELİKSEL KARŞILAŞTIRILMASI: TRAKYA BAĞ ROTASI VE URLA BAĞ YOLU ÖRNEĞİ

QUALITATIVE COMPARISON OF WINE ROUTES: EXAMPLE OF TRAKYA VINEYARD ROUTE AND URLA VINEYARD ROAD

Ece EDİL AKMAN* 

Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı,
Doktora Öğrencisi, ece@edakinsaat.com

Gürkan AKDAĞ 

Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü,
gurkanakdag@mersin.edu.tr

Geliş Tarihi: 26.04.2024 Kabul Tarihi: 29.06.2024

Özet: Şarap turizmi, dünyada giderek büyüyen, talep gören bir turizm çeşidi haline gelmiştir. Türkiye'nin en büyük iki bağ rotası olan Trakya Bağ Rotası ve Urla Bağ Yolu da şarap turizmine katılan çeşitli yerli ve yabancı şarap turistlerini ülkemize ve bu bölgelere çekmektedir. Dolayısıyla araştırmanın amacı, Türkiye'nin eşsiz şarap geçmişine bakarak Trakya Bağ Rotası ve Urla Bağ Yolu arasındaki şarap turisti, tesis çeşitliliği ve tesis olanakları farklılıklarını tespit etmektir. Bu çalışmada, nitel araştırma kapsamında veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ve doküman inceleme yöntemi kullanılmıştır. Aynı zamanda, alanyazına bağlı kalarak yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Görüşmeler e-postalar ve telefon görüşmeleri aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Görüşme formları, Eylül 2019 ile Ocak 2020 tarihleri arasında toplanmıştır. Görüşmeler, Trakya Bağ Rotası ve Urla Bağ Yolu üzerinde olan şarap üreticileri ile gerçekleştirilmiştir. Trakya Bağ Rotası üzerinde bulunan şarap işletmeleri ile Urla Bağ Yolu üzerinde bulunan şarap üreticileri arasında çeşitli farklılıklar bulunmaktadır. Elde edilen bulgulara göre; konaklama alternatifleri, yiyecek-içecek olanakları, restoran menüleri gibi konularda Trakya Bağ Rotası işletmelerinin daha donanımlı ve profesyonel özellikler sergilediklerini söylemek mümkündür. Diğer yandan şarap turist profil özellikleri bakımından benzer bulgulara ulaşılmıştır. İşletmelere gelen şarap turistlerinin çoğunlukla eğitim seviyeleri ve şaraba olan ilgi ve merak düzeyleri yüksektir.

Anahtar Kelimeler: Şarap turizmi, Şarap turisti, Trakya Bağ Rotası, Urla Bağ Yolu

Abstract: Wine tourism has become a growing and demanding tourism type in the world. Turkey's two largest vineyard route of Thrace Vineyard Route and Urla Vineyard Road began to make a name in the world, they are attracting domestic and foreign tourists to the region. Therefore, the purpose of research; to find out the differences between Thrace Vineyard Route and Urla Vineyard Road about wine tourists, the facility variety and facility amenities, referring to the unique history of wine in that region. In this research, semi-structured interview method and document review method were used as a data collection tool within the scope of qualitative research. At the same time, a semi-structured interview form was prepared by adhering to the literature. Interviews were provided through e-mails and phone calls. Interview forms were collected between September 2019 and January 2020. Interviews were conducted with wine producers on

* Birinci yazarın aynı isimli yüksek lisans tezinden oluşturulmuştur.

the Thrace Vineyard Route and Urla Vineyard Road. The Thrace Vineyard Route, which is the only official wine route in our country, and the Urla Vineyard Road. There are various differences between the wine producers on the Thrace Vineyard Route and the wine producers on the Urla Vineyard Road. According to the findings; It is possible to say that the Thrace Vineyard Route businesses are more equipped and professional in matters such as accommodation alternatives, food and beverage facilities, and restaurant menus. On the other hand, similar findings were obtained in terms of wine tourist profile characteristics. Also wine tourists are generally high educational level and they have high level of curiosity and interest for wine.

Keywords: Wine tourism, Wine tourist, Thrace Vineyard Route, Urla Vineyard Road

GİRİŞ

Şarabın cazibesi, zamanın engellerini aşmış, şarap çoğaldığı coğrafyaları ve kültürleri aşarak kuşakların öykülerinde yerini almıştır. Şarap hayranlık uyandırır çünkü içinde üretildiği coğrafyanın iklimini, bilimini ve sanatını barındırmaktadır (Fritz, 2015, s. 1). Şarap için yetiştirilen üzümlerin bulunduğu coğrafyanın iklim özellikleri her şaraba kendine özgü tadı vermektedir. Bu nedenle her bölgenin veya ülkenin şarapları farklıdır. Bu farklılık, şarap konusunda küresel bir zenginlik oluşturmaktadır. Şarap konusundaki ilginin dünya çapında artması, son yıllarda şarap bölgelerinin ve şarap üreticilerinin sayısını artırmıştır. Şarap üreticileri arttıkça ve tüketim alışkanlıklarında değişimler yaşandıkça, büyüyen ve gelişen bir şarap turizmi hareketliliği ortaya çıkmıştır. Şarap turizmi; üzüm bağlarına, şarap imalathanelerine, şarap şenliklerine, şarabı tatmak ve şarabın gerçek niteliklerini keşfetmek için gerçekleştirilen seyahatlerdir. Küreselleşen dünyada, şaraba ve şarapla ilgili olan bilgilere ulaşımın kolaylaşması şarap turizminin gelişimine ivme kazandırmaktadır.

Şarap turizmi kapsamında gidilen destinasyonlarda çeşitli etkinlikler düzenlenmektedir. Bu etkinlikler arasında; şarap tadımı, bağ gezisi, şarap-yemek eşleşmeleri, şarap eğitimi gibi farklı alternatifler yer almaktadır. Şarap turizmi kapsamında gerçekleştirilen etkinlikler, şarap turistlerinin söz konusu destinasyonu ziyaret etmelerinde önemli rol oynamaktadır. Şarap turistleri, şarap turizmine katılan bireylerdir. Temel motivasyonları şarap tadımı üzerine yoğunlaşmak ile birlikte adı geçen diğer etkinliklerden oluşmaktadır (Hall ve diğerleri, 2000, s. 151; Akdağ, 2015, s. 4). Şarap turistlerinin şarap turizmi açısından ilgilendikleri destinasyonlar günümüzde, bağ rotaları olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünyada bağ rotaları; şarap ile özdeşleşmiş İtalya, Fransa, İspanya ve Avustralya gibi ülkelerde oldukça fazlayken şarap turizmine yönelik yatırım yapan farklı destinasyonlarda da bağ rotaları hızlı bir şekilde oluşturulmakta ve turistik talebe yönelik yeni alternatifler hayata geçirilmektedir.

Türkiye’de gelişmeye çalışan bir turizm çeşidi olan şarap turizmi, önceden oluşturulmuş ve belirli standartları taşıyan rotaları takip ederek gerçekleştirilebilmektedir. Ülkemizde resmi olarak ziyaret edilebilecek en geniş ve önemli şarap rotası Trakya Bağ Rotasıdır. Bir diğer bağ rotası ise Urla Bağ Yoludur. Son dönemde bu rotalara alternatif olarak Çal Bağ Rotası ve İç Anadolu Bağ Rotası gibi yeni girişimler de bulunmaktadır. Söz konusu rotalarda pek çok farklı girişimci şarap üreticileri bulunmaktadır.

Günümüzde, şarap rotaları, dünya çapında önemli turizm ürünleri haline gelmişlerdir ve şarap rotaları turizmde tanıtım aracı olarak kabul edilmektedirler (Akdağ, Bako ve Yağcı, 2016, s. 108). Genel olarak, bir şarap rotası, şarap bölgesi içinde önceden belirlenmiş güzergahtan oluşur. Rota güzergahları turistlere, farklı üzüm bağları ve şarap üreticilerini gösteren, doğal ve kültürel alanlar hakkında bilgi veren bir broşür veya harita yoluyla takip ettirilmektedir (Correia ve Ascençao, 2006, s. 243). Bu sebeple farklı rotalarda üretilen şarapların çeşitliliği, özellikleri ve farklılıkları şarap turistleri için çekici

bir unsur olmaktadır. Bu çalışmada, özellikle yerli alanyazında eksikliği çekilen farklı şarap rotalarının mukayese edilmesi konusu temel olarak irdelenmek istenmiştir. Farklı rotaların niteliklerinin değerlendirilmesi yoluyla bilimsel alanyazına katkıda bulunmak hedeflenmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Şarabın Tanımı ve Tarihçesi

Türkçedeki üzüm kelimesinin, Asya Türkçesinde koparmak anlamına gelen 'üz' kökünden, şarap kelimesinin ise Arapça içmek anlamındaki 'şurb'tan geldiği öne sürülmektedir (Şensoy ve Tutuş, 2017). Şarap, taze üzümlerin tamamının ezilerek üzüm sırası haline getirilmesi ve bu sıranın etil alkol fermantasyonuna maruz kalmasıyla ortaya çıkan bir içecektir (Kocaadam ve Tek, 2016, s. 275). Şarap, alkollü fermente bir içecektir. Asma bitkisinin meyvesinden üretilir. Asma, ılıman iklimlerde yetişen bir bitkidir. Daha çok yetiştiği bölgeler 30-40 derece güney ve kuzey enlemleridir. Milyonlarca yıllık çok köklü bir tarihe sahiptir. Üzüm bağları ile ilgili günümüze kadar ulaşan ilk kalıntılar, herba ve yaprak fosilleri içinde saklanmış ve iyi korunmuş halde bulunmuş tohumlardır (Orhan, Ergun ve Orhan, 2011, s. 70).

Şarap, benzersiz, karmaşık ve onu özel kılan bazı niteliklere sahip bir mamuldür. Üzüm, yüksek oranda şekerle birlikte uygun miktarda asit ve doğal besinler içeren, fermentasyon sürecine dayanabilen tek meyvedir. Bu özelliği ile diğer meyvelerden kendini kolaylıkla özelleştirerek ayırabilmektedir (De Carvalho, 2016, s. 5). Üzümlerin kalitesi, yetiştiği toprak ve rüzgar hızı gibi coğrafi durumlar kaliteyi ve segmentasyonu artırmaktadır. Üzümün daldan koparılmasından mahzene girene kadar yapılan tüm işlemler şarabı özel kılmaya yetmektedir (Nella ve Christou, 2014).

Şarabın ilk ortaya çıkışı ile ilgili çok çeşitli anlatımlar vardır. Efsaneye göre şarap Tanrısı Dionysos, Türkiye'nin Ege bölgesinde Teos'da doğmuştur. Annesi Semele'nin ölümünden sonra babası Zeus onu annesinin karnından almış ve baldırında büyütmüştür. Bu yüzden adı iki doğumlu anlamına gelen Dionysos olmuştur. Üvey kardeşi Hermes, Dionysos'u düşmanlardan korumak adına onu oğlak görüntüsüne sokmuş ve Nysa dağının tepesindeki bir mağarada büyütmüştür. Dionysos'un dağda yetişen üzümleri işleyerek şarap üretimi gerçekleştirdiği ve daha sonrasında Yunan mitolojisinde şarap tanrısı unvanı aldığı kabul edilmektedir. Çok tanrılı dinlerde şarap sadece bir besin maddesi olarak değerlendirilmemiş; şarap dinsel bir nüve olarak kabul edilmiştir. Bu durum da her toplumun bir şarap tanrısına inanmasına sebep olmuştur. Farklı ülkelere ait mitolojilerde şarap tanrıları farklı isimler ile anılmıştır. Mısırlılar Osiris, Yunanlılar Dionysos, Romalılar ise Bacchus'u şarap tanrısı olarak isimlendirmişlerdir (Gürsoy, 2004).

Alanyazında, üzüm meyvesinin çıkış noktasının Kafkasya, Hazar Denizi'nin güneyi ve Kuzeydoğu Anadolu olduğu kabul edilmektedir. Arkeolojik kazılardan elde edilen bulgular sözü edilen coğrafyanın üzüm üretilen ilk alanlar olduğunu kanıtlamaktadır. Anadolu'da elde edilen buluntularda ve toprakta var olan kalıntılarda çıkan üzüm çekirdekleri binlerce yıldan bu yana Anadolu coğrafyasında insanların üzüm yetiştiriciliği yaptığını gözler önüne sermektedir (Ömür, 2016). Arkeobotanistlere göre üzüm ilk olarak Doğu Anadolu, Gürcistan, Ermenistan üçgeninde keşfedilmiştir. Yakın tarihte gerçekleştirilen arkeolojik kazılara ve kimyasal delillere dayanarak M.Ö. 6000 yılında Doğu Anadolu'da, Toros dağlarının dağlık bölgelerinde, Kafkas dağlarında ve

İran'ın kuzey dağlarında üzüm yetiştirildiği ve bu üzümlerden şarap üretildiğini söylemek mümkündür (Türker ve Alaeddinoğlu, 2016).

Tarih öncelerine dayanan, insanoğlunun ilk dünyaya geldiği düşünülen dönemlerden kalma üzüm çekirdekleri, asmanın çok erken dönemlerde tanındığını göstermektedir. Mısır piramitlerinde ve İsveç'te gerçekleştirilen kazılarda ele geçen üzüm çekirdeği kalıntılarının birbirleriyle benzer özellikler taşıdığı bulgulanmıştır. Gerçekleştirilen karbon testleri neticesinde; üzümün öncelikli olarak yabani bir bitki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Daha sonraki aşamalarda üzüm taze veya kurutulmuş şekilde tüketilmiştir. Üzümün işlenip şarap haline getirilmesi ve coğrafi yayılımının ise M.Ö. 6000'den sonra gerçekleştiği düşünülmektedir. Arkeolojik buluntularda üzüm çekirdekleri ham halde olduğu gibi sıkılmış ve parçalanmış olarak da günümüze kadar ulaşabilmiştir. Söz konusu bu durum da tarihi çağlar içerisinde üzümün hem meyve olarak tüketildiği hem de işlenip, fermente edilip şarap haline dönüştürüldüğünü kanıtlamaktadır. Öyle ki, M.Ö. 2400 yıllarına ait Mısır hiyerogliflerinde dahi asma, şarap yapımı ve üzüm yetiştiriciliği hakkında bilgilendirmelerde bulunulduğu görülmektedir (Ağaoğlu, 1999, s. 71).

Tarihsel olarak Türkiye'de şarap ve şarap tüketimi, her dönemde sosyal ve kültürel hayatın önemli bir parçası olmuştur. Anadolu coğrafyasında hüküm sürmüş Hititler ve Frigler'in şarap tarihinde çok önemli bir yeri vardır. Hititler M.Ö. 2000 yıllarında Anadolu'ya gelerek 600 yıl burada hüküm sürmüşlerdir. O dönemden kalan arkeolojik kalıntılar, bölgedeki bağcılığın nasıl yapıldığını ve toplum hayatı açısından şarabın önemini anlatmaktadır. Hitit mezarlarında bulunan altın şarap kadehleri, şarap testileri araştırmalara önemli katkılar sağlamıştır. Boğazköy'de yapılan kazılarda 15.000'den fazla yazılı tablete ulaşılmıştır. Bu tabletlerden edinilen bilgilere göre Hititler, üzümün şarap elde ediyorlardı ve elde ettikleri bu şarabı komşularına satarak şarap ticareti yapıyorlardı. Şarap ticaretinin Hititler açısından çok önemli bir gelir kaynağı olduğu bu tabletlerden elde edilen bilgiler ile gün yüzüne ulaşmıştır. Hitit İmparatorluğundan sonra şarabın tarihsel yolculuğu Frigler'le devam etmiştir. Arkeolojik kazılarda elde edilen üzüm salkımı şeklindeki şarap kaplarından, Batı Anadolu'da kullanılan üzüm figürlü tarihi sikkelere kadar birçok tarihi eser Frigler döneminde şarabın insan hayatında önemli bir rol oynadığını göstermektedir (Arikan ve Arikan, 2018). Frigler ticaret kolonileri kurabilmek için Batı Anadolu'yu fethedip Yunanlılara şarap taşımışlardır. Yunan medeniyeti de şarabı özellikle Akdeniz'in farklı yerlerine taşıyarak şarabın yayılmasında önemli rol oynamıştır (Ergenekon, 2008). Üzüm, Avrupa'ya geçtikten sonra ise Minos uygarlığının Girit'te bulunan bağları ve Fenikeliler, şarabın Avrasya coğrafyasında yayılmasında çok önemli rol oynamışlardır (Ömür, 2016).

İslam dininde, alkol tüketiminin haram olduğuna inanılması, Türklerin Orta Asya'dan Anadolu'ya gelişiyle şarap içmenin yasaklanmasına sebep olmuştur. Bu durum Türk hakimiyeti altındaki topraklarda bulunan Müslüman nüfusun şaraptan uzaklaşmasına ve yalnızca gayrimüslim tebaanın şarap üretimi ve tüketimi ile ilgilenmesine yol açmıştır. Osmanlı imparatorluğu döneminde şarap üretimi ve ticareti sadece ülke içerisinde sınırlı kalmamış ve başta Avrupa ülkeleri olmak üzere farklı coğrafyalara şarap ihracatı da gerçekleştirilmiştir. Özellikle 19. yüzyılın ikinci yarısında Avrupa'da ortaya çıkan Floksera isimli bir hastalık Avrupa'da var olan üzüm ırklarını yok etmiş binlerce dekar şarap üretim sahası sözü edilen dönemde tarihten silinmiştir. Söz konusu hastalık sebebiyle başta Fransa, İspanya ve İtalya gibi Avrupa ülkeleri olmak üzere pek çok devletten Osmanlı imparatorluğuna yönelik şarap talebi ortaya çıkmıştır. Avrupa'da üzüm üretiminin yeniden başlanabilmesi için Osmanlı İmparatorluğu sınırları içerisinde farklı

cinslerde asma kökleri Avrupa'ya gönderilmiş bunun yanı sıra farklı birkaç Fransız şarap üreticisi Trakya'da şarap üretimi amaçlı bağ kurmak için girişimlerde bulunmuşlardır. Özellikle asmaların yeniden yetiştiği döneme kadar Avrupa'da şaraba yönelik talep tamamen Osmanlı İmparatorluğu vasıtasıyla karşılanmıştır. Öyle ki, 1904'te Avrupa'ya yönelik şarap ihracatı yıllık 340 milyon litreye ulaşmıştır (Ergenekon, 2008). Cumhuriyetin ilanından sonra şarap üretim bölgelerinde yaşayan Rumların ve Yunanistan'da yaşayan Müslümanların mübadele ile değiştirilmesi sebebiyle Trakya ve Ege'de şaraplık üzüm bağcılığını Müslüman Türkler gerçekleştirmeye başlamışlardır. Türkiye'nin ilk özel şarap üretim firması 1929 yılında Cenap And tarafından Ankara'da kurulan Kavaklıdere'dir. Halen Türkiye'nin en büyük ölçekli şarap üreticilerinden olan Kavaklıdere'nin yanı sıra, Türkiye'nin büyük ölçekli şarap üreticileri olarak Doluca, Kayra, Sevilen, Kutman, Corvus, Pamukkale, Diren, Yazgan ve Gülor şarapları, orta ölçekli üreticiler olarak ise Turasan, Umurbey, Urla ve Melen Şarapçılık sayılabilir. Bu üreticilerin yanı sıra daha küçük ölçekli birçok şarap üreticisi de mevcuttur (Uğurlu, 2013, s. 66).

Şarap Turizmi

Şarap turizmi, turizm talebinin en gelişen parçalarından biridir (Oyan ve Akdağ, 2020, s. 2786). Şarap turizmi kavramı çeşitli özellikleriyle farklı açılardan tanımlanmıştır: Şarap turizmi; üzüm bağlarının, şaraphanelerin, şarap festivallerinin, şarap etkinliklerinin ziyaret edilerek, turistlerin birincil önceliği olarak şarap tadım ve üzüm çeşitliliği konularında bilgilendirilerek ihtiyacı olan motivasyonun turiste kazandırılmasıdır (Hall ve diğerleri, 2000). Günümüzde birçok farklı destinasyonda şarap turizmi turları düzenlenmektedir. Dünya çapında, özellikle Avustralya, Kuzey Amerika ve Avrupa'da gelişim gösteren şarap turizmi aktiviteleri her geçen yıl daha farklı coğrafyalarda hayat bulmakta ve şarap turizmine katılım sağlayan turist sayısı da her geçen yıl artmaktadır (Akdağ ve Yağcı, 2015, s.193). Dünyada gün geçtikçe daha önemli bir yer edinen şarap turizmi, Türkiye'nin şarap tarihine, coğrafi konumuna, iklimine ve toprak yapısına bakıldığında geliştirilmesi gereken bir tür olarak kabul edilmektedir.

Şarap turizmi, şarap ve turizmin bir arada olmasıyla, birbirini tamamlamasıyla oluşmuş, bu iki olgu birbirleriyle benzerlikler taşımaktadır. Turizmde olduğu gibi şarap turizminde de turistlerin algısı; mekan duygusu olan, şarabın sadece üretilip başka bölgelere, pazarlara gönderilen bir ürün değil aynı zamanda oluştuğu çevredeki kültür, hizmet ve faaliyetler ile desteklenen bir ürün olarak kabul edilmesi ile şekillenmektedir. Şarap turizminin geliştiği bölgedeki ekonomide canlanma gözlenmekte, bölgenin yerel kültürünü koruma isteği ve çevrenin sürdürülebilirliği için olanaklar geliştirilmektedir (Yıldız, 2009, s. 6). Şarap turizminin sahip olduğu bu büyük potansiyel, konu ile ilgili sektör profesyonelleri ve bilim insanlarını şarap konusunda çalışmaya, daha çok araştırmaya itmektedir. Alanyazın incelendiğinde, yıllar içerisinde şarap turizmine yönelik tanımların gittikçe geliştiği ve kapsamlı bir hal aldığı söylemek mümkündür. Tablo 1 şarap turizmine yönelik tanımların yıllar içerisinde nasıl geliştiğini ve konuya yönelik farklı yaklaşımları detaylandırmaktadır.

Tablo 1.

Alanyazında Şarap Turizmi Hakkında Yapılan Farklı Tanımlar

Çalışma	Şarap Tanımı
Johnson (1998)	Ziyaretçiler için en önemli motivasyon faktörü, üzüm bağlarına, şarap imalathanelerine, şarap festivallerine, şarap gösterilerine katılarak hangi bölgenin üzümünün şarabını içiyor olduklarını bilmektir.

Dowling (1998)	Şarap bölgelerinde, şarabı, gastronomiyi, kültürü, sanatı, eğitimi ve seyahati içine alan, özel deneyimler yaşatan bir turizm çeşididir.
Van Westering (1999)	Miras, doğal güzellikler ve şarap üretimi gibi ilgili bölgelerin kendine özel çekicilikleri olarak tanımlanabilir.
Getz ve Brown (2006)	Aynı anda hem tüketici davranış şekli, hem de şarabın cazip özellikleri ile ilgili yerleri ve pazarları geliştiren, şarap imalathaneleri için ürünlerini doğrudan tüketici ile buluşturarak pazarlama fırsatı sunan bir turizm şeklidir.
Hall ve diğerleri (2000)	Şarap bağlarına, şarap imalathanelerine, şarap ve üzüm festivallerine ve gezilmesine uygun olan ilgili yerel yerlere yapılan ziyaretlerdir.
Wine Industry Association of Western Australia (2000)	Şarap imalathaneleri ve şarap bölgelerini deneyimlemek amacıyla yapılan seyahattir. Seyahat sırasında gidilen yerin yaşam tarzı deneyimlenmektedir. Şarap turizmi, aynı anda hem verilen hizmetin hem de turistik yerin pazarlamasını kapsamaktadır.

Trakya Bağ Rotası

Bir coğrafi alan olarak Trakya; Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli illeri ve Gelibolu'dan oluşmaktadır. Sözü edilen bu alan doğal, kültürel ve tarihi varlıklarıyla önemli zenginlikleri bünyesinde barındırmaktadır. Bu bölge aynı zamanda Türkiye'nin önemli turizm destinasyonlarından biri olma potansiyeline sahiptir. Trakya Bölgesi, Türkiye'de benzeri olmayan bir konuma sahiptir. Bölge'nin Karadeniz, Ege Denizi ve Marmara Denizi'ne kıyısı bulunmaktadır (Çiftçi, Çakır ve Çakır, 2016, s. 163). Trakya Bağ Rotası, Türkiye'de oluşturulan ilk bağ rotasıdır. İçinde 15 üreticiyi barındırmakta olup beş farklı bölgeden oluşmaktadır. İlk dönemde dört farklı rotada faaliyet gösterirken beşinci bölge Edirne aralarına eklenmiş ve (Tekirdağ bölgesinde 4, Kırklareli bölgesinde 4, Şarköy Bölgesinde 3, Gelibolu Bölgesinde 2, Edirne 2) 2018 senesinde tek rota haline dönüştürülmüştür. Rotadaki butik şarap üreticileri bir araya gelerek ortak tanıtım projeleri gerçekleştirmektedirler. Bu projelerdeki amaç, bölge turizmini canlandırmak, geliştirmek aynı zamanda sosyal ve ekonomik anlamda bölgeye katkı sağlamaktır (www.trakyabagrotasi.com).

Urla Bağ Yolu

İzmir'in batısında, Ege Bölgesi'nin en büyük yarımadası olan Urla Yarımadası'nın ise merkezinde yer alan Urla, İzmir'in 30 ilçesinden biridir. İzmir kent merkezine 35 kilometre uzaklıktaki Urla ilçesi, doğusunda Güzelbahçe ve Seferihisar, batısında Çeşme, kuzeybatısında Karaburun ilçeleri ile çevrelenmiştir. Kuzeyinde ve güneyinde ise Ege Denizi yer alır (Zoğal, 2016, s. 36). Urla Bağ Yolu 2013 yılında oluşturulmuştur. Urla'ya her geçen gün yeni şaraphanelerin eklenmesi ile birlikte bir derneğe ihtiyaç duyulmaya başlanmış ve bunun üzerine bağ evleri ve şarap işletmeleri toplantı gerçekleştirmiştir. Urla Bağ Rotası fikrini bütün işletmelerin desteklemesinin ardından Avrupa Birliği'nden, İzmir Kalkınma Ajansı'ndan ve İzmir Büyükşehir Belediyesi'nden destek alınarak bölgenin tanıtımı için kitapçık/broşür basımı ve harita çalışmaları yapılmış, internet siteleri kurularak mobil uygulama hayata geçirilmiştir. Bölgede şarap turizminin gelişimi için yapılan ulusal tanıtımın yanı sıra bölgenin uluslararası alanda markalaşması ve gastro-turizm destinasyonu olarak tanıtılması adına uluslararası fuarlarda da tanıtımlar yapılmaktadır. Trakya Bağ Rotası örnek alınarak gerçekleştirilen Urla Bağ Yolunun, Urla destinasyonunun tanıtımının iyi yapılmasıyla birlikte turizm sezonunu 3-4 ay daha uzattığı ifade edilmektedir. İlk başta yedi işletme olarak kurulan derneğe zaman içerisinde bölgeye yönelik artan talebin etkisiyle yeni kurulan işletmeler de dahil olmaya başlamıştır (Kasaroğlu ve diğerleri, 2021, s. 186).

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli ve Türü

Bir araştırmanın verilerinin toplanması ve analiz edilmesi sürecinin araştırma amacına hizmet edecek şekilde uygulanabilmesi araştırma modelinin seçimi ile gerçekleştirilebilir. Araştırma modelleri tarama ve deneme metodu olmak üzere iki modelden oluşmaktadır (Karasar, 2014, s. 76). Araştırmanın amacı Trakya Bağ Rotası ve Urla Bağ Yolu şarap turizmi destinasyonları arasındaki farklılıkları ortaya çıkarmak ve tespit etmektir. Bu nedenle araştırmada tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmada nitel araştırma yöntemleri tercih edilmiştir. Bu nedenle araştırmada veri toplama yöntemi olarak mülakat ve yazılı doküman tarama modelleri kullanılmıştır. Nitel araştırma, olay ve olguları doğal ortamlarında gerçekçi bakış açısıyla inceleyen; gözlem ve görüşme yöntemlerinin kullanıldığı araştırma yaklaşımı şeklinde ifade edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 40). Tür olarak araştırmalar çeşitli sınıflandırmalara ayrılabilir. Amaçlarına göre araştırmalar, tanımlayıcı, keşfedici ve açıklayıcı olmak üzere üç türe ayrılmaktadır. Tanımlayıcı araştırmalar; mevcut durumu tanımlar, keşfedici araştırmalar; mevcut durumu ortaya çıkarırken açıklayıcı araştırmalar; mevcut durumu açıklamaktadır (Büyüköztürk ve diğerleri, 2018, s. 23). Bu araştırma amacı doğrultusunda hem tanımlayıcı hem de keşfedici özellik göstermektedir.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırma sürecinde ilk olarak araştırma problemine karar verilmekte ardından araştırma problemine cevap verecek nitelikte araştırma evreni belirlenmektedir. Araştırma evreni, araştırmanın amacı doğrultusunda örneğin seçildiği, konu ile ilgili elemanların oluşturduğu kümedir (Özen ve Gül, 2007, s. 395; Büyüköztürk ve diğerleri, 2018, s. 82). Başka bir ifadeyle evren, araştırma kapsamında sınanacak araştırma sorularından elde edilen sonuçların genellenebileceği ana kitledir (Başaran, 2017, s. 487). Bu araştırmanın evrenini Türkiye'deki şarap üreticileri oluşturmaktadır. Araştırma evrenleri, içinde bulunan elemanların tamamına, zaman ve maddi olanaklar gibi nedenlerle ulaşılması güç büyüklükte olmaktadır. Bu nedenle araştırmanın gerçekleştirileceği daha küçük çalışma grupları bulunmaktadır. Bu gruplar araştırma evrenine benzer özellikler taşıyan alt gruplardır. Söz konusu çalışma grupları, araştırmanın örneklem grubu olarak adlandırılmaktadır (Kılıç, 2012, s. 44). Bu araştırmanın örneklem grubunu ise Trakya Bağ Rotası ve Urla Bağ Yolu destinasyonlarında yer alan işletme sahipleri oluşturmaktadır.

Veri Toplama Yöntemi ve Veri Süreci

Nitel araştırmalar, istatistiksel veya sayısal araçlar kullanılmadan bulguların elde edildiği, yorumlandığı ve raporlandığı araştırmalardır. Nitel araştırmayı diğer araştırma yöntemlerinden ayıran en önemli özelliği araştırma problemini doğal ortamda inceleme şansına sahip olmasıdır. Nitel araştırma yönteminde çeşitli veri toplama yöntemleri bulunmaktadır. Mülakat, gözlem, örnek olaya incelemesi, doküman incelemesi bu yöntemlerden bazılarıdır (Coşkun ve diğerleri, 2015, s. 303). Bilimsel araştırmada elde edilen bulguların güvenilirlik ve geçerliliğini güçlendirmek amacıyla birkaç yöntem bir arada kullanılabilir (Karataş, 2015, s. 79). Araştırmada nitel araştırma kapsamında veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi ve doküman inceleme yöntemi kullanılmıştır. Öncelikle araştırma kapsamında, detaylı olarak literatür taraması yapılmıştır. Ardından Akdağ, Oyan ve Kastenholz (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışmadan yola çıkılarak yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Görüşmeler e-postalar ve telefon görüşmeleri aracılığıyla sağlanmıştır. Görüşme formları, Eylül 2019 ile Ocak 2020 tarihleri arasında toplanmıştır. Verilerin elde edilme sürecinde Trakya Bağ

Rotasından beş, Urla Bağ Yolundan ise üç katılımcının görüşlerine başvurulmuştur. Araştırma ile ilgili veriler 2020 yılı öncesinde gerçekleştirilmiş bir tez çalışmasından elde edilmiştir. Dolayısıyla çalışma için etik kurul izni bulunmamaktadır. Görüşmeler, Trakya Bağ Rotası ve Urla Bağ Yolu üzerinde faaliyet gösteren şarap üreticileri ile gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme formunda cevap aranan sorular şunlardır:

- 1) İşletmeniz hangi bağ rotası üzerinde bulunmaktadır?
- 2) İşletmenizin şarap turistlerine sundukları hizmet ve olanaklar nelerdir?
- 3) İşletmenizde konaklama imkânı sağlanmakta mıdır?
- 4) İşletmenizde şarap ile ilgili eğitimler verilmekte midir?
- 5) İşletmenizi diğer işletmelerden ayıran temel özellikler nelerdir?
- 6) İşletmenize gelen şarap turistlerinin profil özellikleri nelerdir?

Veri Analiz Teknikleri

Nitel araştırma yöntemlerinde üzerinde durulan en önemli konu nitel verilerin analizi konusudur. Nitel veri analizinde kesin sınıflandırma olmamasıyla birlikte temelde üç farklı yöntemden bahsedilmektedir. Bu yöntemler; betimsel analiz, sistematik analiz ve yorumlayıcı analiz olarak isimlendirilebilmektedir. Betimsel analiz, araştırmada elde edilen verilerin sınıflandırılması ve özetlenmesi ile sonuçlara ulaşılmasıdır. Bu amaçla gözlem ve görüşme notlarından faydalanılmaktadır. Sistematik analiz, neden ve sonuçlara dayalı analiz yöntemidir. Yorumlayıcı analiz ise, birinci ve ikinci analiz yöntemlerinden farklı olarak araştırmacının yorumlarının da analiz sürecine dahil edilmesidir. Bu analiz yöntemleri birlikte veya iç içe geçmiş şekillerde kullanılabilir. Bu nedenle temelde betimsel analiz ve içerik analizinden faydalanılmaktadır (Coşkun ve diğerleri, 2015, s. 323). Araştırma kapsamında, bu araştırmada betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Betimsel analiz, kısaca dört aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar; betimsel analiz çerçevesi oluşturma, bu çerçeveye göre verileri işleme, bulguları tanımlama ve bulguları yorumlama şeklinde sınıflandırılmaktadır (Coşkun ve diğerleri 2015, s. 324). Araştırmada da öncelikle araştırma amacı doğrultusunda literatürden elde edilen bilgiler eşliğinde hazırlanan görüşme formları kullanılarak veriler toplanmıştır. Ardından katılımcılardan elde edilen veriler işlenmiştir. Elde edilen bulgular raporlanmış ve araştırmacılar tarafından yorumlanmıştır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Bilimsel araştırmaların pek çoğunda çeşitli sınırlılıklar mevcuttur. Araştırmanın gerçekleştirildiği zaman ve mekan gibi faktörler araştırma için sınırlılık oluşturabilmektedir. Her araştırmada olduğu gibi bu araştırmada da sınırlamalar söz konusudur. Bu araştırmada, Türkiye'deki iki büyük şarap rotası arasındaki farklı niteliksel özellikler ortaya koymak hedeflenmektedir. Araştırmaya bağlı görüşmeler yapılırken şarap üreticilerinin bir kısmının İstanbul'da yaşıyor olmaları görüşmelerin istenildiği gibi yapılamamasına sebep olmuştur. Görüşme cevaplarının e-posta ile alınmış olması ayrıca bir sınırlılık teşkil etmiştir. Görüşmeler sırasında telefonda katılımcıların cevap vermek istememeleri ve ziyaretler içinde uygun zaman ayarlayamamaları araştırmanın daha kapsamlı yapılamamasına ve istenilen sayıda veriye ulaşamamasına sebebiyet vermiştir.

BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde, araştırma kapsamında gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formları ile elde edilen veriler sunulacaktır. Görüşmeler Türkiye’de bulunan iki farklı bağ rotası olan Trakya Bağ Rotası ve Urla Bağ Yolu üzerinde bulunan şarap üreticileriyle gerçekleştirilmiştir. Öncelikle Urla Bağ Yolu üzerinde bulunan şarap üreticilerinden elde edilen bulgular, ardından Trakya Bağ Rotası üzerinde bulunan şarap üreticilerinden elde edilen bulgular verilen cevaplar ışığında detaylandırılmıştır.

Urla Bağ Yolu Şarap Üreticilerinden Elde Edilen Bulgular

Çalışmanın gerçekleştirildiği dönem, Urla Bağ Yolu üzerinde toplamda yedi tane şarap üreticisi bulunmaktadır. Araştırma kapsamında, bu rota üzerinde bulunan üç şarap üreticisi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara öncelikle işletmelerinde konaklama hizmeti sunma durumları sorulmuştur. Bu sorudan elde edilen verilere göre; UBY1 ve UBY2 olmak üzere iki katılımcı, işletmelerinde konaklama hizmeti sunulmadığını beyan etmişlerdir. Sadece UBY3 kodlu katılımcı işletmesinde “*Two Rooms*” isimli butik otelinin bulunduğunu belirtmiştir.

Katılımcılara işletmelerinde şarap eğitimi verme durumları sorulmuştur. UBY2 kodlu katılımcı işletmesine gelen şarap turistlerine şarap eğitimi verildiğini söylemiştir. UBY1 isimli katılımcı işletmesinde şarap eğitimi vermezken; UBY3 kodlu katılımcı, işletme bünyesinde çalışan elemanlarına belirli periyotlarda profesyoneller tarafından şarap eğitimi verildiğini ifade etmiştir. Katılımcılara sorulan bir diğer soru, işletmelerine gelen şarap turistlerine sundukları hizmetler ve olanakların neler olduğuyla ilgili sorudur. Urla Bağ Yolu üzerinde bulunan işletmelerden araştırmaya katılan işletmelerin sundukları hizmetler arasında çoğunlukla, şarap tadım ve sunumları, bağ ile üretim yeri gezisi ve şarap satışı bulunmaktadır.

UBY1 isimli katılımcı işletmesinde, şarap ve yemek servisi, anlatımlı şarap tadımları, üretim tesisinin gezilmesi ve şarap satışı hizmetleri sunmaktadır. UBY2 kodlu katılımcı işletmesinde aperatifler eşliğinde şarap tadımı ve sunumu ile bağ ve üretim yerlerinin gezilmesi gibi hizmetler sunmaktadır. UBY3 kodlu katılımcı ise işletmesine gelen şarap turistlerine, rehber eşliğinde üretim birimi ve mahzen gezisi, hem üzüm hem de şarap yapım hikayeleri eşliğinde beyaz, kırmızı, pembe ve tatlı şarapların tadımı ve bağları yakından gezme gibi seçenekler sunmaktadır.

Araştırma kapsamında katılımcılara, işletmelerine gelen şarap turistlerinin profil özellikleri sorulmuştur. Urla Bağ Yolunda faaliyet gösteren şarap işletmelerine hem yerli hem de yabancı şarap turistleri gelmektedir. UBY1 kodlu katılımcı, yerli ve yabancı şarap turistlerinin eşit dağılımda olduğunu, çoğunlukla 25-60 yaş aralığında olduklarını belirtmiştir. Ayrıca bu şarap işletmesine gelen misafirlerin gastronomi turizmüne önem veren ve daha önce başka şaraphaneleri ziyaret eden bireyler olduğunu ifade etmişlerdir. UBY2 kodlu şarap üreticisi bu soruya şöyle cevap vermiştir:

“Entelektüel, kültür seviyeleri yüksek, öğrenme hevesli kişilerdir”.

Ayrıca katılımcı, son yıllarda çoğunlukla gençlerin şarap konusunda öğrenmeye hevesli olduklarını belirtmiştir. UBY3 kodlu katılımcı, dünyanın her yerinden ve her kesimden şarap turistinin işletmelerini ziyaret ettiğini belirtmiştir. İşletmeye gelen şarap turistlerinin sürekli ziyaretlerde bulunan ve şarap almaya odaklı müşteriler ile Türk şarapçılığını keşfetmek için hevesli olan şarap tüketicileri olduğunu ifade etmiştir. Urla

Bağ Yolu üzerinde bulunan ve araştırmaya katılan üç şarap işletmecisi ile gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen bulgular tablo 2’de özetlenmiştir.

Tablo 2.

Urla Bağ Rotası İşletmelerinden Elde Edilen Bulgular

	Konaklama	Eğitim	Sunulan Hizmetler	Şarap Turisti Profili
UBY1	Yok	Yok	Şarap Tadımı Şarap-Yemek Servisi Üretim Tesisi Gezisi	Yerli Şarap Turisti Yabancı Şarap Turisti 25-60 Yaş Aralığı Gastronomi Turizmine Önem Verme
UBY2	Yok	Var	Şarap Tadımı Bağ Gezisi Üretim Tesisi Gezisi	Kültür Seviyesi Yüksek Öğrenmeye Hevesli Çoğunlukla Genç Nüfus
UBY3	Var	Yok	Şarap Tadımı Bağ Gezisi Üretim Tesisi Gezisi Mahzen Gezisi Şarap Satışı	Yerli Şarap Turisti Yabancı Şarap Turisti Bilinçli Tüketici İlk Kez Gelenler Devamlı Müşteriler

Trakya Bağ Rotası Şarap Üreticilerinden Elde Edilen Bulgular

Trakya Bağ Rotası üzerinde 15 tane şarap işletmesi bulunmaktadır. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen görüşmeler neticesinde beş şarap üreticisinden elde edilen veriler analize uygun bulunmuştur. Bu, beş şarap işletmesine ilk olarak konaklama hizmeti sunma durumları sorulmuştur. Katılımcılardan TBR2 ve TBR3, işletmelerinde konaklama hizmeti sunmamaktadırlar. TBR1, TBR4 ve TBR5 kodlu katılımcılar işletmelerinde konaklama hizmeti vermektedirler. TBR4 kodlu şarap işletmesinde 26 odalı bir bağ oteli olduğunu belirtilmiştir. TBR5 kodlu katılımcı bu soruya:

“Full pansiyon hizmet veriyoruz. Şu anda 18 odamız var. Nisan ayından sonra 15 odamızı daha aktif hale getirmeyi umuyoruz” şeklinde cevap vermiştir.

Trakya Bağ Rotası üzerinde bulunan şarap işletmecilerine, şarap ile ilgili eğitim verip vermedikleri sorulmuştur. Görüşme yapılan beş şarap işletmesi de şarap ile ilgili çeşitli eğitimler verdiklerini belirtmişlerdir. TBR2 kodlu katılımcı, istek üzerine şarap eğitimi verdiklerini ifade etmiştir. TBR3 kodlu katılımcı bu soruya şu şekilde cevap vermiştir:

“Yaptığımız tadımlarda şarabın bağdan bardağa olan sürecini detaylı olarak anlatıyoruz. Ayrıca, geçtiğimiz iki yıldır, kırmızı ve beyaz üzümlerin hasadının başladığı ilk gün şarap yapımı ile ilgili bir atölye çalışması yapıyoruz”.

TBR5 kodlu katılımcı hem genel şarap hakkında hem de kendi şaraplarıyla ilgili eğitim verdiklerini belirtmiştir. Araştırma amacına yönelik olarak Trakya Bağ Rotası üzerinde bulunan ve araştırmaya katılan şarap üreticilerine, işletmelerine gelen şarap turistlerine sundukları hizmet ve olanaklar sorulmuştur. TBR1 kodlu katılımcı, şarap turistlerine tadım, konaklama, restoran, gezi ve spa hizmeti sunduklarını belirtmiştir. TBR2 kodlu ve TBR3 kodlu katılımcılar işletmelerinde tadım ve restoran hizmetleri sunmaktadırlar. Konaklama ve şarap tadımı dışında TBR4 kodlu şarap işletmesi yöneticisi, işletmeye gelen şarap turistlerine, bağ gezisi, trekking, havuz, spa ve çiftlik evleri projesi oluşturduklarını ifade etmiştir. TBR5 kodlu şarap üreticisi, işletmesinde konaklama imkanını her şey dahil paketler sunduklarını belirtmiştir. Bu pakete tadım, öğle ve akşam yemekleri, ikramlar ve ertesi gün kahvaltısının dahil olduğunu belirtmiştir. Bu hizmeti hem hafta sonu çoğunlukla İstanbul’dan gelen misafirlerine hem de hafta içi gelen

kurumsal misafirlerine sunduklarını söylemiştir. Bu hizmetler dışında işletmelerinde, şaraphane turu, günbatımı turu, bağ gezisi sunduklarını ve hem genel şarap bilgisi hem de uzmanlar eşliğinde şarap eğitimleri verdiklerini eklemiştir.

Trakya Bağ Rotası üzerinde bulunan şarap işletmeleri ile gerçekleştirilen görüşmelerde, katılımcılara işletmelerine gelen şarap turistlerinin profil özellikleri sorulmuştur. TBR1 kodlu şarap üreticisi işletmesine, A sınıfı yerli ve yabancı müşteriler geldiğini belirtmiştir. Ayrıca sadece tadım etkinliği için yerli ve yabancı şarap turistlerinin de işletmelerini tercih ettiklerini ifade etmiştir. Çoğunlukla yerli şarap turistlerini ağırladıklarını söyleyen TBR2 kodlu katılımcı aynı zamanda turlar ile yabancı şarap turistlerinin de geldiğini söylemiştir. TBR3 kodlu katılımcı işletmesinde özellikle restoran hizmetinin de dahil olduğu şarap tadımına günümüze kadar çok sayıda yerli ve yabancı şarap turistinin iştirak ettiğini ifade etmiştir. İşletmelerini tercih eden şarap turistlerinin en belirgin ortak özelliklerinin kalite temelli ve butik üretilen şarap duydukları ilgi olduğunu belirtmiştir. TBR4 kodlu şarap işletmecisi, işletmesinde şarap sever olarak tanımlanabilecek şarap turistlerinin geldiğini ve bu turistlerinin gelirlerinin orta sütü seviyede olduğunu ifade etmiştir. Her kesimden şarap turistini ağırladıklarını ifade eden TBR5 kodlu katılımcı, özellikle hafta sonları konaklama da dahil olan hizmetler için gelen müşterilerinin olduğunu söylemiştir. Konaklama için özellikle İstanbul'dan misafirlerinin geldiğini söyleyen katılımcı; gününbirlik olarak Kırklareli, Edirne, Tekirdağ'dan müşterilerinin olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca Bursa, Ankara ve İzmir'den de gelen müşterileri olduğunu söylemiştir.

Tablo 3.

Trakya Bağ Rotası İşletmelerinden Elde Edilen Bulgular

	Konaklama	Eğitim	Sunulan Hizmetler	Şarap Turisti Profili
TBR1	Var	Var	Şarap Tadımı Üretim Tesisi Gezisi Spa Restoran	Yerli Şarap Turisti Yabancı Şarap Turisti
TBR2	Yok	Var	Şarap Tadımı Restoran	Yerli Şarap Turisti Yabancı Şarap Turisti
TBR3	Yok	Var	Şarap Tadımı Restoran	Yerli Şarap Turisti Yabancı Şarap Turisti Kaliteli Şaraba İlgi Duyma
TBR4	Var	Var	Şarap Tadımı Üretim Tesisi Gezisi Spa Havuz	Şarap Sever Orta Üzeri Gelir Seviyeli
TBR5	Var	Var	Şarap Tadımı Restoran Bağ Gezisi Günbatımı Gezisi	Yerli Şarap Turisti A ⁺ ve B ⁺ müşteriler

Trakya Bağ Rotası ve Urla Bağ Rotasının Benzerlikleri ve Farklılıkları

Araştırma kapsamında Türkiye'de bulunan iki farklı şarap rotasında yer alan şarap işletmeleri ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Trakya Bağ Rotası ve Urla Bağ Yolu üzerinde bulunan şarap üreticilerinin benzerlikleri ve farklılıklarını ortaya çıkarmak hedeflenmiştir. Bu amaçla bağ rotaları üzerinde bulunan işletmelerle gerçekleştirilen görüşmeler neticesinde birtakım benzerlikler ve farklılıklar tespit edilmiştir. Bu

benzerliklerin hem bağ rotaları arasında hem de aynı bağ rotası üzerinde bulunan işletmeler arasında olduğu gözlemlenmiştir. Söz konusu benzerlikler ve farklılıklar; sunulan hizmetler, düzenlenen etkinlikler, fiziki çevre ve kullanılan teknolojiler olmak üzere çeşitli perspektiflerden incelenmiştir.

Urla Bağ Yolu üzerinde bulunan ve araştırmaya dahil edilen üç şarap işletmesinin en belirgin ortak özellikleri şato şarap üreticiliği yapmalarıdır. Entegre şarap üreticiliği anlamına gelen şato şarapçılık, başka bir ifadeyle UBY3 kodlu katılımcının da ifade ettiği gibi kendi ürettikleri üzümünden şarapları da kendilerinin yaptıklarını yani bağ ile şarap üretim tesisinin aynı yerde olduğu anlamına gelmektedir. Dolayısıyla üç şarap işletmesi de şaraplık üzümünü kendi bağlarında yetiştirmekte ve bu üzümlerden kendi şaraplarını üretmektedirler. UBY1 kodlu katılımcının belirttiği gibi tarladan sofraya geçen tüm sürecin aynı yerde gerçekleştirildiği şato şarapçılık, üç işletme tarafından da tercih edilmektedir. Ayrıca yine UBY1 kodlu katılımcının belirttiği üzere şaraplar, doğal mahzen ortamında olgunlaştırılmaktadır. Diğer benzer özellikleri ise üç işletmenin butik şarapçılığı benimsemiş olmalarıdır.

Urla Bağ Yolunda bulunan UBY3 kodlu şarap üreticisi, bu bağ rotasının en büyük işletmesi olduğunu ancak butik üretimi benimsemeleri nedeniyle yıllık 300.000 şişelik şarap üretimi yaptıklarını ifade etmiştir. Buna karşılık yine butik işletme olan UBY2 kodlu şarap işletmesi yıllık 15.000 ile 20.000 şişe arasında değişen şarap üretimi yapmaktadır. UBY2 kodlu katılımcı diğer iki işletmeden farklı olarak şarap üretimleri ile ilgili olarak SO₂ ve maya dışında hiçbir kimyasal kullanmadıklarını belirtmiştir. Ayrıca gece hasadı yaptıklarını da eklemiştir. TBR3 kodlu şarap üreticisi ise diğer şarap üreticilerinden farklı olarak bağlarında yetiştirdikleri üzümlerden yıllanma potansiyeli yüksek şaraplar ürettiklerini ifade etmiştir. Buna ek olarak, şaraphanelerinin mimarisi ve sahip oldukları peyzaj ile de ayırt edici özelliklere sahip oldukları üzerinde durmuştur.

Trakya Bağ Rotası üzerinde bulunan şarap işletmeleri hem kendi aralarında hem de Urla Bağ Yolu üzerinde bulunan şarap üreticileri arasında çeşitli farklılıklara sahiptirler. Öncelikle Trakya Bağ Rotası üzerinde bulunan şarap işletmeleri, Urla Bağ Yolu üzerinde bulunan şarap işletmelerinden farklı olarak işletmelerinin tarımsal ve teknolojik değişiklikleri üzerinde durmuşlardır. Bu işletmelerden bazıları, Urla Bağ Yolu üzerindeki şarap işletmelerinden farklı olarak, iyi tarım uygulaması, sağlık konsepti ve sürdürülebilirlik konusunda bilgiler vermişlerdir. TBR1 kodlu katılımcı işletmesinde, diğer işletmelerden farklı olarak sağlık konseptini benimseyen bir tesis olduklarını ve ultra lüks konseptte bir işletme olduklarını ifade etmiştir. TBR2 kodlu şarap üreticisi konum ve mimari özellikleri konusunda farklılıklarının olduğunu belirtmiştir. TBR3 kodlu katılımcı, diğer işletmelerden ayırt edici özelliklerinin ne olduğu sorusuna *“Bu şaraphanede şarabı yapan kişi (winemaker) aynı zamanda sermayedar. Bu sebeple yaptığımız şarapların özelliklerini hem teknik hem de tarz olarak biz belirliyoruz”* şeklinde cevap vermiştir. Ayrıca teknoloji düzeyini minimum seviyede tutarak birçok şarap üreticisinin makinelerle yaptığı süreçleri manuel olarak yaptıklarını ifade etmiştir. TBR4 kodlu şarap işletmecisi, sürdürülebilir bağcılık ve iyi tarım uygulamalarını benimsediklerini belirtmiştir. Ayrıca güneş enerjisi panelleri ile kendi enerjilerini ürettiklerini ve hatta fazlasını da satabilir durumda olduklarını belirtmiştir. Herkesin şarabı sevmesi için şarap tadımı ile birlikte verilen eğitimlerden ücret almadıklarını ifade eden TBR5 kodlu şarap işletmecisi, şaraplarını da uygun fiyattan sattıklarını ifade etmiştir. Özellikle uygun fiyata kaliteli şarap algısını yerleştirmeyi kendilerine amaç edindikleri üzerinde durmuşlardır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde, tüketim alışkanlıklarında yaşanan değişimler şarap ve şarap turizmine yönelik talebi artırmaktadır. Şarap turizmi kapsamında insanlar, çok çeşitli faaliyetlerin bulunduğu farklı şarap rotalarını tercih etmektedirler. Dünya çapında giderek büyüyen bir turizm çeşidi haline gelen şarap turizmi, Türkiye’de de son yıllarda talep gören bir turizm çeşidi olarak dikkat çekmektedir. Türkiye, tarihi geçmişinin ve bulunduğu konumun avantajları sayesinde şarap turizmi konusunda gelişmeye başlayan ve gelişimi devam etmeye açık bir durumda bulunmaktadır. Söz konusu gelişme, bağ rotalarının oluşumu şeklinde kendini göstermektedir.

Türkiye’de resmi olarak bir tane bağ rotası bulunmaktadır. Bu bağ rotası Trakya Bağ Rotasıdır. Ancak, Ege bölgesinde Urla Bağ Yolu da oluşturulmaya başlanmıştır. Dolayısıyla, Türkiye’nin zengin şarap tarihi gün yüzüne çıkarılarak, şarap turizminin gelişimine katkı sağlanmaktadır. Buradan hareketle bu çalışmada, Trakya Bağ Rotası ile Urla Bağ Yolu arasında bulunan benzerlikler ve farklılıkları ortaya çıkarmak hedeflenmiştir.

Urla Bağ Yolunda gerçekleştirilen görüşmeler neticesinde elde edilen sonuçlar şu şekildedir: Sadece UBY3 kodlu işletmede konaklama imkânı sunulmaktadır. Şarap turistlerine şarap ile ilgili eğitimi ise sadece UBY2 kodlu işletme vermektedir. İşletmelerde sunulan hizmetler çoğunlukla, şarap tadımı, üretim tesisi gezisi, şarap satışı ve bağ gezisi şeklinde sınıflanmaktadır. Söz konusu işletmelere gelen şarap turistlerinin profil özellikleri ise; yerli ve yabancı şarap turistleri, bilinçli tüketici, kültür seviyesi yüksek bireyler ve öğrenmeye açık kişilerden oluşmaktadır. Trakya Bağ Rotasında görüşülen işletmelerden üç tanesinde konaklama hizmeti sunulurken iki tanesinde konaklama hizmeti sunulmamaktadır. Bu rota üzerinde bulunan beş işletmede de şarap turistlerine şaraplar ile ilgili eğitimler verilmektedir. Söz konusu işletmelerde, şarap tadımı ve restoran hizmeti sunulan temel hizmetler arasındadır. Ayrıca TBR1 ve TBR4 kodlu işletmelerde üretim tesisi gezisi de bulunmaktadır. Diğerlerinden farklı olarak TBR5 kodlu katılımcı işletmesinde günbatımı gezisi olduğundan bahsetmiştir. Trakya Bağ Rotasına gelen şarap turistlerinin profil özelliklerine bakıldığında bu bireylerin yerli ve yabancı turistler oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca TBR3 kodlu işletme sahibi, kaliteli şaraba ilgi duyan bir şarap turisti profili olduğundan bahsetmiştir. TBR4 kodlu işletmeci, işletmesine gelen şarap turistlerinin orta üzeri gelire sahip olduklarını ifade derken, TBR5 kodlu işletmeci ise, işletmesine gelen müşterilerin A⁺ ve B⁺ müşteriler olduğunu belirtmiştir.

Trakya Bağ Rotası üzerinde bulunan şarap işletmeleri ile Urla Bağ Yolu üzerinde bulunan şarap üreticileri arasında çeşitli farklılıklar bulunmaktadır. Trakya Bağ Rotası üzerinde bulunan işletmeler, Urla Bağ Yolu üzerinde bulunan işletmelerden, iyi tarım uygulaması ve sağlık konsepti gibi farklı olarak teknolojik ve tarımsal teknikler kullandıklarını ifade etmişlerdir. Urla Bağ Yolu üzerinde bulunan üç işletme ise şato şarapçılık yaptıklarını ifade etmişlerdir. Şarap yapımı için gerekli üzümleri kendi bağlarında yetiştirip şaraplarını da kendileri üretmektedirler. Dolayısıyla entegre şarap üretimini benimsemişlerdir. UBY2, TBR4 ve TBR5 kodlu işletmecilerin belirttikleri şarap turist profilleri orta ve yüksek gelire sahip bireyler olduğu yönünden benzer sonuçlar Garibaldi ve diğerleri (2017), tarafından gerçekleştirilen çalışmada, ayrıca Çelik (2019), tarafından gerçekleştirilen çalışmada da bulgulanmıştır.

Trakya Bağ Rotası ve Urla Bağ Rotası üzerinde bulunan işletmelerin sahipleri veya işletmecileri ile yapılan görüşmeler neticesinde, işletmeyi ziyaret eden şarap

turistlerinin şarap deneyimi doğrultusunda bu ziyareti gerçekleştirdikleri ve ziyaretlerinden memnun kaldıkları ortaya çıkarılmıştır. Gatti ve Maroni (2004), tarafından gerçekleştirilen çalışmada da benzer şekilde turistlerin bölge ziyaret nedenleri arasında şarap ve gastronomi bulunurken ayrıca, turistlerin bu ziyaretlerinden memnun kaldıkları gözlemlenmiştir. Akdağ (2015), tarafından gerçekleştirilen çalışmada elde edildiği gibi, söz konusu işletmelere gelen şarap turistlerinin çoğunlukla eğitim seviyeleri ve şaraba olan ilgi ve merak düzeyleri yüksektir. Elde edilen sonuçlar incelendiğinde; şarap turizminin ülkemizde de gelişmeye başladığını fakat dünya ülkelerine bakıldığında bu gelişimin yeterli bir yükseliş ivmesine sahip olmadığı görülmektedir. Ülkenin sahip olduğu coğrafi konumu ve eşsiz tarihi yeterli ölçüde kullanılmamaktadır. Bağ sahiplerinin daha hızlı ve dengeli büyümesi için hükümet yardımına ve doğru pazarlama stratejilerine ihtiyaçları vardır.

Yerli ve yabancı şarap turistlerini bağlara çeken, dolayısı ile turizmde kalkınmaya destek olan şarap turizminin vazgeçilmezi, dünya ülkelerinde sıkça rastladığımız şarap festivalleri ve etkinlikleri ülkemizde de yapılmaya başlanmış fakat yaygınlaşması için daha çok desteğe ihtiyaç duymaktadır. Ülkemizde yetiştirilen farklı üzüm çeşitlerinin dünyada tanınması için gerekli reklam ve pazarlama desteği sağlanmalıdır. Rotalardaki şarap üreticileri ile yapılan görüşmelerde, bölgelerin zengin bir gastronomik kültüre, yiyecek çeşitliliğine sahip olduğu, şarap turizmi aktivitelerinin gastronomi turizmine de çok önemli katkılar sağlayabileceği belirtilmiştir. Gastronomi turizmi tanıtımları içinde şarap üreticilerinin de bulundurulması rota ziyaretleri için önem teşkil etmektedir. Bu tanıtımlarda şarap üreticilerinin bulundurulması onlara katkı sağlayacaktır. Diğer yandan rotalarda faaliyet gösteren işletmelerin işgören seçimlerinde de hassasiyetle davranmaları ve hizmet kalitesini sürdürülebilir kılmak adına yetkin bireyler ile çalışmalarını da gerekmektedir. Yiyecek-içecek işletmelerinin önemli paydaşlarından olan işgörenlerin davranışları işletmeleri hizmet kalitesi konusunda üst seviyelere çıkaracak önemli unsurlar arasındadır (Şeyhanlıoğlu ve Oğuz, 2023, s. 158). Son olarak; Türkiye'deki rotalar, üretilen şaraplar ve yetiştirilen üzüm çeşitleri ile ilgili tanıtım amaçlı ulusal ve uluslararası konferanslar, paneller, festivaller, yarışmalar düzenlenerek bölgelerin şarap ile ilgili özelliklerini anlatabilecek uzmanlar davet edilmesi ve bu kişilerin organizasyonlarda yer almaları destinasyonların gelişimi noktasında fayda sağlayacak unsurlardandır. Ülkemizdeki tek resmi şarap rotası olan Trakya Bağ Rotası ve son dönemde yeni oluşturulmaya başlanan Urla Bağ Yolu turizme katkıları ile ülkemizdeki değerli alternatiflerdir. Bu araştırmanın gelecekte geliştirilecek yeni rotalara yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Ağaoğlu, Y. S. (1999). Bilimsel ve uygulamalı bağcılık (Asma biyolojisi). *Kavaklıdere Eğitim Yayınları*, 1(1), 205.
- Akdağ, G. (2015). Trakya bağ rotasını takip eden yerli turistlerin şarap turizmi deneyimleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(4), 3-11.
- Akdağ, G. ve Yağcı, K. (2015). General profiles and reasons to visit wine regions of wine tourists: A comparison of Bozcaada, Elazığ and Cappadocia regions. C. Avcıkurt, M. S. Dinu, N. Hacıoğlu, R. Efe, A. Soykan (Ed.), *Tourism, environment and sustainability* içinde St. Kliment Ohridski University Press, Sofia, Bulgaria.
- Akdağ, G., Bako, A. G., ve Yağcı, K. (2016, Ekim, 12-16). Wine tourism and an examination on wine tourists' preferences at Kula destination, *2nd International Tourism and Hospitality Management Conference, Sarajevo, Bosnia and Herzegovina*.

- Akdağ, G., Oyan, S., ve Kastenholz, E. (2017, Mayıs, 17-19). Motivations for participating in wine tourism activities - The case of tourists on the thrace wine route in Turkey, *INVTUR2017 Universidade De Aveiro, Portugal*.
- Arikan, A. D., ve Arikan, İ. (2018). Cittaslow philosophy in Yedi Bilgeler Winery Turkey. *Innovative Approaches to Tourism and Leisure*, 351-361.
- Başaran, K. Y. (2017). Sosyal bilimlerde örnekleme kuramı. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(47), 480-495.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., ve Demirel, F. (2018). *Eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi.
- Correia, L. ve Ascençao, M. P. (2006). Wine tourism in Portugal: The Bairrada wine route. J. Carlsen, and S. Charters, (Eds) *Global Wine Tourism: Research, Management and Marketing*, Cabi International, pp.242-254.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı*. Serkan Yayıncılık.
- Çelik, H. U. (2019). *Gastronomide şarabın yeri ve önemi bir işletme örneği*, [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Çiftçi, G., Çakır, A., ve Çakır, G. (2016). Trakya Kalkınma Ajansı'nın Trakya Bölgesi (TR21) turizmi üzerindeki rolü. *Journal of Tourism Theory and Research*, 2(2), 159-172.
- De Carvalho, D. (2016). *The premium bottle. A history on the origins of fine and rare wines and the growing wine industry of the United States*. Published By Proquest LLC.
- Dowling, R. K. (1998). Three conferences in Western Australia: Wine, geography of tourism and ecotourism, *Proceedings of The Tourism Recreation Research*, 3(2), 78-80.
- Ergenekon, S. (2008). *Turkish wines*. Emir Ofset.
- Fritz, T. A. (2015). The business of wine. K. Lee (Ed). *Strategic winery tourism and management building competitive winery tourism and winery management strategy*. Apple Academic Press, Canada: Taylor and Francis, pp.1-8.
- Garibaldi, R., Stone, M. J., Wolf, E., ve Pozzi, A. (2017). Wine travel in the United States: A profile of wine travellers and wine tours, *Tourism Management Perspectives* 23 (2017) 53-57.
- Gatti, S. ve Maroni, F. (2004, May). *A profile of wine tourists in Some Italian region vineyards: An application of the multiple correspondence analysis*. In Colloque Econometrie XI (Pp. 21-22)
- Getz, D., ve Brown, G. (2006). Critical success factors for wine tourism regions: A demand analysis. *Tourism Management*, 27(1), 146-158.
- Gürsoy, D. (2004). *İnceliklerin kadehindeki şarap*. Oğlak Yayınları.
- Hall, C. M., Longo, A. M., Mitchell, R. ve Johnson, G. (2000). Wine tourism in New Zealand. C. M. Hall, L. Sharples, B. Cambourne, ve N. Macionis, (Eds). *Wine tourism around the world*, Routledge, pp. 150-174.
- Johnson, G. R. (1998). Wine tourism in New Zealand: A national survey of wineries 1997. [Unpublished Diploma in Tourism Dissertation]. University Of Otago.
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Nobel Yayınları.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Kasaroğlu, K., Akdeniz, A., Toktaş, Y., Eris, T. ve Kömürcü Sarıbaş, S. (2021). Ulusal alanyazında şarap turizminin değerlendirilmesi ve Türkiye şarap turizminde yeni bir ürün olarak bağ rotaları: Urla bağ yolu örnek olay incelemesi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(12), 172-194.
- Kılıç, S. (2012). Örnekleme yöntemleri. *Journal of Mood Disorders*, 3(1), 44-46.
- Kocaadam, B. ve Tek, N. A. (2016). Ekmek, bira, şarap ve yoğurdun orijinleri ve tarihsel süreçleri. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 44(3), 272-279.

- Nella, A. ve Christou, E. (2014). Segmenting wine tourists on the basis of involvement with wine. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(7), 783-798.
- Özen, Y. ve Gül, A. (2007). Sosyal ve eğitim bilimleri araştırmalarında evren-örneklem sorunu. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15, 394-422.
- Orhan, D. D., Ergun, F., ve Orhan, N. (2011). Anadolu medeniyetlerinde asma (*Vitis Vinifera L.*). *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 30(50), 69-80.
- Oyan, S., ve Akdağ, G. (2020). Farklı şarap destinasyonlarını ziyaret eden turistlerin mukayesesi: Portekiz ve Türkiye şarap rotaları, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2785-2801.
- Ömür, M. (2016). Türk şarapçılığı 2016 raporu. http://www.mehmetomur.com/Wpcontent/Uploads/2016/10/Turk_Sarapciligi_2016_Raporu.Pdf adresinden 9 Kasım 2019 tarihinde alınmıştır.
- Şensoy, R. İ. G. ve Tutuş, A. (2017). Tarih boyunca Van İli ve çevresinde bağcılık kültürü. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 22(1), 56-63.
- Şeyhanlıoğlu, H. Ö. ve Oğuz, O. (2023). İçecek tadım uzmanlarının bahşış davranışına yönelik tutumları. *İğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (33), 147-162.
- Trakya Bağ Rotası (2024). Trakya bağ rotası projesi. <http://Www.Trakyabagrotasi.Com/Proje-Hakkinda/> adresinden 17 Mart 2024 alınmıştır.
- Türker, N. ve Alaeddinoğlu, F. (2017). From wine production to wine tourism experience: The case of Anatolia, Turkey. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 25-37.
- Uğurlu, M. (2013). *Türkiye'de şarap sektörü, firmaların sürdürülebilir rekabet gücü, pazarlama stratejileri ve tüketici eğilimleri*. [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Namık Kemal Üniversitesi.
- Van Westering, J. (1999). Heritage and gastronomy: The pursuits of the 'New Tourist'. *International Journal Of Heritage Studies*, 5(2), 75-81.
- Wine Industry Association of Western Australia (2000). *Wine tourism strategy*, Western Australia. Annual Reports.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, Ö. E. (2009). *Türkiye'de şarap turizmi Çeşme örneğinde ürün geliştirme modeli*. [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Zoğal, V. (2016). *Urla'da (İzmir) ikinci konutların turizm coğrafyası yaklaşımıyla değerlendirilmesi*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Ege Üniversitesi.



ASÇILIK BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNİN MESLEK UYUMU VE KARİYER PLANLAMALARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN INDIVIDUAL PROFESSIONAL ADAPTATION AND CAREER PLANNING OF COOKING DEPARTMENT STUDENTS

Çağla ÜST CAN 
Dr. Öğr. Üyesi, Aksaray Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
caglaustcan@aksaray.edu.tr

Büşra ŞEN AVCU[†] 
Öğr. Gör., Aksaray Üniversitesi, Güzelyurt Meslek Yüksekokulu
busrasen@aksaray.edu.tr

Geliş Tarihi: 02.05.2024 Kabul Tarihi: 29.06.2024

Özet: Aşçılık mesleğinde bireyin meslek uyumu ve kariyer planlaması, bireyin sahip olduğu yetenekler, ilgi alanları ve değerleri ile mesleğin gerektirdiği beceriler, sorumluluklar ve çalışma koşulları arasındaki uyumu içerir. Bu uyum, mesleki başarı için kritik önem taşır. Tutkulu olmak, mutfakla ilgili yeteneklere, yaratıcılığa, detaylara önem verme becerisine ve stresle başa çıkma yeteneğine odaklanmayı gerektirir. Birey meslek uyumu, iş performansını etkilemekte ve uzun vadeli bir kariyer için temel oluşturmaktadır. Kariyer planlama davranışlarının öğrencilerin mesleki hedeflerini şekillendireceği göz önüne alındığında; aşçılık bölümü öğrencilerinin meslek uyumu ve kariyer planlaması arasındaki ilişkinin incelenmesi, meslek becerilerine uyumun anlaşılması ve kariyer hedeflerinin etkili bir şekilde yönlendirilmesi açısından önemlidir. Bu düşünceden hareketle araştırmanın amacı; aşçılık bölümü öğrencilerinin birey meslek uyumu ile kariyer planlamaları arasındaki ilişkiyi demografik özellikler bağlamında incelemektir. Nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılarak yapılan çalışmada, Aksaray Üniversitesi Güzelyurt Meslek Yüksekokulu Aşçılık programı öğrencileri üzerine odaklanılmıştır. Elde edilen verilerin analizi sonucunda, öğrencilerin meslek uyumlarının orta düzeyde olduğu ve meslek uyumu ile kariyer planlamanın tüm alt boyutları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Birey meslek uyumu, Kariyer planlama, Aşçılık

Abstract: In the culinary profession, an individual's occupational adjustment and career planning involve the alignment between the individual's skills, interests, and values with the skills, responsibilities, and working conditions required by the profession. This alignment is critically important for professional success. Being passionate requires focusing on culinary skills, creativity, attention to detail, and the ability to cope with stress. Individual occupational adjustment affects job performance and forms the foundation for a long-term career. Considering that career planning behaviors shape students' professional goals, examining the relationship between occupational adjustment and career planning in culinary students is important for understanding the adaptation to professional skills and effectively directing career goals.

[†] Sorumlu Yazar

Based on this idea, the purpose of the research is to examine the relationship between individual occupational adjustment and career planning of culinary students in the context of demographic characteristics. The research, conducted using the survey technique, one of the quantitative research methods, focused on the students of Aksaray University Güzelyurt Vocational School Culinary Program. As a result of the analysis of the obtained data, it was concluded that the students' occupational adjustment was at a moderate level and that there was a positive relationship between occupational adjustment and all sub-dimensions of career planning.

Keywords: Individual occupational adjustment, Career planning, Culinary arts

GİRİŞ

Türk Dil Kurumu (TDK) meslek kavramını, endüstri sistemiyle "belli bir eğitim ile kazanılan sistemli bilgi ve becerilere dayalı, insanlara faydalı mal verimi, hizmet verme ve karşılığında para kazanmak için oluşturulan, kurallar belirlenmiş iş" olarak ifade etmektedir (TDK, 2023; Tak ve Çiftçioğlu, 2009; Akalın, 2006). Meslek, bireyin toplum içinde kendini tanımlaması ve toplumda yer almasında önemli bir rol oynar; aynı zamanda kişisel gelişimini destekleyerek bireyin kendini gerçekleştirme için olanak tanır (İlhan, 2015, s. 321). Bu bağlamda mesleki tercihler, genellikle saygınlık, ekonomik bağımsızlık, işte başarılı hissetme ve sosyal ilişkiler kurma gibi faktörlerle şekillenir (Kuzgun, 2009, s. 321). Meslek, gelir kaynağı olmanın ötesinde statü, kişisel tatmin, yetenek sergileme ve kendini gerçekleştirme gibi dinamiklere de sahip bir kavramdır (Sarıkaya ve Khorshid, 2009, s. 423). Günümüzde mesleki tercihler, bireylerin kariyer rotasını belirlemede ve kişisel gelişimlerini şekillendirmede kilit bir role sahip olabilir. Bu bağlamda, mesleki tercihlerde önemli bir yeri olan yeme-içme sektörü, dünya çapında hızla gelişen ve birçok kişinin mesleki seçimleri arasında üst sıralarda yer alan bir sektör olarak karşımıza çıkabilir. Sektörün en önemli alanlarından biri olan aşçılık mesleği ise, başlı başına bir sanat olarak kabul edilerek popülerliğini giderek arttırabilir. Bu durum, mesleki eğitim süreçlerine olan talebi ve bu süreçlerin bireyler üzerindeki etkilerini de arttırmaktadır. Mesleki eğitim, bireylerin kariyerlerini şekillendiren önemli bir süreçtir. Yükseköğretim düzeyinde mesleki eğitim gören bireyler, bu dönemde kaygı, kararsızlık ve stres gibi durumlarla sıkça karşılaşabilirler (Tuncer ve Tanış, 2020; 262 Ehtiyar ve ark., 2017). Dolayısıyla, bireylerin meslekleriyle ilgili gelecek beklentileri, yükseköğretim döneminde belirgin bir hal alır. Bu bağlamda, aşçılık gibi son yıllarda artan ilgi gören bir mesleğin, yükseköğretim seviyesinde 98 devlet üniversitesi 95 vakıf üniversitesinde geniş bir tercih yelpazesi sunması dikkat çekmektedir. Bu durum, Türkiye'de aşçılık alanında eğitim veren programların ve kurumların yoğun ilgi görmesinin bir göstergesidir. Aşçılık eğitimi, hem ortaöğretim düzeyinde yiyecek içecek hizmetleri alanında hem de yükseköğretim seviyesinde ön lisans ve lisans programları şeklinde sunulmaktadır. Bu programlar, mesleğe yönelik insan kaynağının yetişmesine katkıda bulunmaktadır (Yener, 2022, s. 1632). Özellikle aşçılık gibi spesifik bir alanda eğitim gören öğrencilerin, seçtikleri meslek ile birey olma süreçleri arasındaki uyumun ve kariyer planlamalarının ilişkisi oldukça önemlidir. Donohue'nun (2006) ve Gothard'ın (2001) yaptıkları çalışmalarda, birey meslek uyumu düzeyi yüksek olan bireylerin genellikle mesleklerini sürdürmeye daha fazla eğilim gösterdikleri, buna karşılık, meslek uyum düzeyi düşük olan kişilerin meslek değiştirme eğilimlerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda araştırma, aşçılık bölümü öğrencilerinin birey meslek uyumu ile kariyer plânlamaları arasındaki ilişkiyi demografik özellikler bağlamında incelemeyi amaçlamaktadır. Ayrıca araştırma, öğrencilerin mesleki uyum ve kariyer hedefleri arasındaki etkileşimi değerlendirerek, aşçılık mesleğine yönelik kariyer planlamasıyla ilgili önemli içgörüler sağlamayı hedeflemektedir. Çalışmanın bu çerçevede aşçılık bölümü öğrencilerinin meslek seçimleri, meslek uyumu ve kariyer planlamaları üzerindeki etkilerini incelemesi, meslek tercihlerinin bireyin kendini gerçekleştirme sürecinde yaşadığı karmaşıklığı ve bu sürecin kariyer rotasındaki etkilerini anlamaya katkı sunması beklenmektedir.

LİTERATÜR İNCELEMESİ

Bir insanın mesleği, yaşam tarzının temelini oluşturan önemli bir unsurdur. Meslek, ekonomik kazanç sağlanın yanında, aynı zamanda sosyal statüyü belirler, fiziksel ve zihinsel

gelişime katkıda bulunur. Seçilen meslek, kişinin bakış açısını, tutumlarını ve toplumsal ilişkilerini etkileyerek hayatını yönlendirir (İlhan, 2015, s.328). Ayrıca, sahip olunan meslek, bireyin arkadaşlık ilişkilerini, evlilik tercihlerini, yaşam alanını, çocuklarının geleceğini ve aile hayatının kalitesini de belirleyebilir (Eke, 1987, s.379). Meslek seçimi, kişinin kendine özgü niteliklerine, yeteneklerine en uygun ve tatmin edici bulduğu alana yönelmesidir. Başarılı bir meslek hayatı, bilinçli ve isteyerek yapılan bir meslek seçimine dayanır. Kendi isteğiyle seçilen meslek, kişinin kimliğini güçlendirirken, isteği dışında yapılan bir seçim ise büyük sorunlara yol açabilir ve tatminsizlik riskini artırabilir (Şener ve ark., 2011, s.16).

Birey-meslek uyumu, bireyin çevresiyle olan uyumunun en geniş boyutudur. Birey meslek uyumunun şekillenmesinde bireylerin kendine özgü eğilimleri, yetenekleri, bilgi birikimi ve ilgi alanları önemli ölçüde etki etmektedir. Bu durum, bir kişiyi belirli bir meslek alanına yönlendirirken ve bazı mesleklerin kişi için çekiciliğini artırırken etkilidir (Starks, 2007, s.70). Birey meslek uyumu 1991 yılında Edward tarafından, bireyin yetenekleri ile işin gereksinimleri arasındaki uyum veya bireyin istekleri ile işin sundukları arasındaki denge olarak tanımlanmıştır (Kılıç ve Yener, 2015, s.163). Bu uyum, geleneksel çalışan seçiminde kritik bir unsurdur; uygun becerilere sahip işe alımların önemi büyüktür. Birey meslek uyumu, genellikle ihtiyaç-kaynak ve talep-yetenek kavramlarını içerir. Dolayısıyla, birey meslek uyumu, bireyin yetenekleri ile işin talebi ya da bireyin arzuları ile işin özellikleri arasındaki dengeyi ifade eder (Sekiguchi, 2004, s.184).

Bireyin meslekle uyumlu olması, performansını artırır, beklentileri karşılama düzeyini yükseltir ve işten ayrılma niyetini azaltır (Li ve Hung, 2010, s.308). Ayrıca, meslek uyumu iş performansını ve iş tatminini olumlu yönde etkilerken, iş stresini olumsuz etkileyebilir (Kılıç ve Yener, 2015, s.162). Bu bağlamda, bireyin işin gerekliliklerine uygunluğuyla daha iyi performans gösterdiğini ve işle uyumunun, iş memnuniyeti ve başarıyı artırıcı bir etki taşıdığını öne sürmektedir.

Bir mesleğin başarılı bir şekilde icra edilmesi, o mesleği severek ve isteyerek yapan bireylerin sahip olduğu bilgi, beceri, tutum ve gereken iş süreç bilgilerinin birleşmesiyle gerçekleşir. Bu durum, toplumda kabul gören ve saygı duyulan bir meslek ortaya çıkarır (Arıncı, 2013, s.138). Her bireyin kendine özgü yetenekleri, bilgi, beceriler ve ilgi alanları vardır; bu farklılıklar belirli meslekleri bireyler için daha cazip hale getirebilir (Starks, 2007, s.61). Araştırmalar, yüksek birey-meslek uyumu seviyelerine sahip olanların genellikle mesleklerini sürdürme eğiliminde olduklarını, düşük uyum seviyelerine sahip olanların ise meslek değiştirme eğiliminde olduklarını göstermektedir (Donohue, 2006, s. 515). Uyumlu bir şekilde mesleklerini icra eden bireyler, mesleğe olan olumlu algılarıyla uzun süre motivasyonlarını korurken (Gothard, 2001), diğer çalışmalar ise bireyin mesleki tatmin ve bağlılık düzeyinin, meslek uyumu seviyesine bağlı olarak olumlu etkilendiğini vurgulamaktadır (Vandenbergh ve Ok, 2013, s.672).

Birey Meslek Uyumu Kriterleri

Tınar ve Ulusoy'un (2017, s. 95) çalışmasında, çalışma hayatı insanların yaşamlarında önemli bir yer işgal ettiğini ifade etmişlerdir. Bu çalışma şartları, bireylerin yaşam kalitesini ve mutluluğunu doğrudan etkilemektedir. Dolayısıyla, iş yaşamının kalitesi ve tatmini, çalışanların işlerine uyum sağlamalarını, bağlılıklarını ve iş ile yaşam dengesini korumalarını etkiler. Çalışma koşullarının iyileştirilmesi, uygun çalışma ortamlarının sağlanması ve adil ücretlendirme, çalışanların mesleki uyumunu artırırken, bunların eksikliği motivasyonu düşürebilir ve işletmeye zarar verebilir. Bu nedenle, çalışma koşullarının geliştirilmesi ve iyileştirilmesi günümüzde son derece önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır (Çevik ve Korkmaz, 2014, s. 127). Çalışma şartlarının geliştirilmesi açısından, birey ve mesleğinin uyumlu bir şekilde bir araya gelmesi önemli bir konudur. Birey ve meslek arasındaki uyumun sağlanabilmesi için aşağıdaki unsurların varlığı gereklidir.

Kişilik Yapısı Testleri: Kurumların faaliyetlerini etkin, verimli ve kaliteli bir şekilde yürütebilmesi, çalışanların da bu niteliklere sahip olmalarına bağlıdır (Barutçu ve Öktem, 2003, s. 49). Bu nedenle, işe alım sürecinde çalışanların kişilik yapıları ve işe uygunlukları titizlikle

değerlendirilmelidir. Her bireyin kendine özgü yetenekleri ve ilgi alanları bulunmaktadır ve bu özellikler, belirli bir meslek veya alana yönelmelerinde ve o alana uyum sağlamalarında etkili olmaktadır (Gillan ve Starks, 2007, s. 61).

Kültürel Uyum: İşe alım süreçlerinde, çalışanların kurumsal uyumu artık kritik bir faktör olarak kabul edilmektedir (Rynes ve ark., 2002, s. 96). İş tanımlarının belirsizleşmesi, roller arası geçişlerin esnekliği ve nitelikli personel talebinin yükselmesi, kurum kültürüne hızlı bir şekilde adapte olabilen çalışanların tercih edilmesini gerektirmektedir (Kristof-Brown ve ark., 2005, s.325). Çalışanlar, benzer psikolojik özelliklere sahip iş arkadaşlarıyla çalışmayı tercih etmekte ve bu durum, etkileşimlerini artırarak kendi değerlerini ve inançlarını sorgulama fırsatı sunmaktadır (Muchinsky, 2008, s. 83).

Kişisel Algı ve Değer Olgusu: Bireylerin özellikleri, bilgi ve yetenekleri, mesleklerinde başarılı olmaları için önemli olabilir; ancak, bireyin mesleki uyumu için yeterli değildir (Ehrhart ve Makransky, 2007, s. 209). İşe olan içsel istek, bireyin içsel motivasyonunu etkilerken, mesleğe dair algısı ve değer verme düzeyi de büyük önem taşımaktadır.

Objektiflik: Kurumların birey-meslek uyumunu arttırmak için subjektif olmayan, bilimsel temellere dayanan yöntemlere odaklanmaları zekâ, ilgi ve kişilik gibi faktörleri kullanmaları önemlidir. Bu yaklaşım, kurum içinde rekabet ortamını geliştirirken, aynı zamanda çalışanların performansını da artırabilir. Bu durum, adil bir ücret yönetiminin kurulmasına da katkı sağlayabilir (Dessler, 2005, s. 330).

İyi Yönetim: Çalışanların kişisel özelliklerine uygun iş kollarında çalışmasının, kurum içi uyum problemlerini azaltmada önemli bir rol oynayabileceğini vurgulamıştır. Bu durumun sağlanmasında etkili bir yönetim, çalışanların yetenekleri ve iş gereklilikleri arasında denge kurarak, uygun iş kolunda çalışmalarını desteklemelidir (McKenna, 1987, s. 233).

Birey Meslek Uyumu Kuramları

Birey-meslek uyumu, bireyin kendi mesleki ilgi alanları ile çalışma ortamı özellikleri arasındaki uyumun bir ölçüsü olarak tanımlanmıştır (Nordin ve ark., 2019, s. 12). Meslek gelişimi üzerine çeşitli kuramlar geliştirilmiş ve kişinin meslek seçimi sürecinde hangi yeteneklerin, becerilerin ve düşüncelerin etkili olduğuna dair çalışmalar yürütülmüştür (Gülbağçe, 2007, s. 21). Bu kuramlardan bazıları şunlardır;

Parsons tarafından temelleri atılıp Williamson tarafından geliştirilen “Özellik Etme Kuramı”; bireylerin sahip olduğu, dışarıdan da ölçülebilen fiziksel ve zihinsel özellikleri içermekte ve bireyin mesleği başarabilmesi için mesleğin talep ettiği özellikleri ile kişisel özelliklerin uyumlu olmasını ifade etmektedir (Bacanlı, 1995, s. 92; Üre, 2013, s. 206; Yeşilyaprak, 1995, s. 43). Holland’ın Tipoloji Kuramı, bireyin kişilik özellikleri ile mesleklerin talep ettiği faaliyetler arasındaki ilişkiye odaklanmaktadır. Holland’ın mesleki kişilik kuramı, dört temel varsayıma dayanır. Bireylerin çeşitli kişilik tiplerinden birine sahip olabileceği genel kabul görmektedir; bunlar arasında gerçekçi, sanatçı, sosyal, araştırmacı, girişimci ve geleneksel kişilik tipleri bulunmaktadır. Bu kişilik tiplerine paralel olarak, altı farklı çevre modeli de mevcuttur. Bireyler, kendilerine uygun beceri ve yetenekleri kullanabilecekleri, değerlerini ifade edebilecekleri, ilgi alanlarına yönelebilecekleri ve kişiliklerine uygun rolleri üstlenebilecekleri uygun ortamları aramaktadır (Holland, 1997; Akt. Pilavcı, 2007, s. 33). Psikanalitik kuramcılara göre, meslek seçimi kişiliğin bir yansımasıdır ve normal bir insanın meslek tercihinde rehber ihtiyacı duymadığı düşünülmektedir. Bu yaklaşıma göre, insanın bilinçdışı dürtüleri, hangi mesleki alanda doyum sağlayacağını en iyi ifade eden rehberdir (Gülbağçe, 2007, s. 26). Roe’un yaklaşımı, bireyin yaşantıları, ilgi, yetenek ve tutumları arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkinin meslek seçimine etkisini inceler. Roe’a göre, özel yeteneklerin oluşumu, kişinin psişik enerjisinin yönlendirildiği alanlarda ilgi, tutum ve yeteneklerin gelişmesiyle gerçekleşir (Aydın, 2014, s. 32). Tiedeman ve O’Hara, mesleki gelişimi kimlik gelişimiyle ilişkilendirir ve bireyin kendini algılamaktan ziyade kendini değerlendirmesini vurgular. Bu teoriye göre, bireyin kariyer gelişimi bilişsel gelişim

süreciyle paralellik gösterir. Birey, kişisel özelliklerinin farkında olarak yaşantılarını değerlendirir ve geleceğini bu noktada planlar. Tiedeman'a göre, mesleki tercih iki aşamada gerçekleşir. İlk aşama, bekleme ve hazırlanma; ikinci aşama ise uygulama ve uyum sağlama aşamasıdır. İlk aşamada birey araştırma yapar, seçimlerde bulunur ve kendini ifade eder. İkinci aşamada ise birey meslek içerisinde yer alır, dönüşüm sürecine girer ve mesleğe entegre olmaya başlar (Kuzgun, 2002).

Kariyer Planlaması

Dünya genelinde tarım toplumundan ziyade bilgi ve insan odaklı bir toplum haline gelmesi, insanların beklentilerinin değişmesine ve gelişmesine yol açmaktadır. Bu bağlamda, bireylerin mesleki bilgi, beceri ve yetenek kazanmaları gerekmekte ve bu amaçla dünya genelinde, özellikle de Türkiye'de, mesleki eğitim gibi konular kamu ve vakıf üniversitelerinin ön lisans, lisans ve lisansüstü programları aracılığıyla ele alınmaktadır. Bu süreçte öğrencilere, iş hayatının gereksinimlerini karşılayabilecek düzeyde mesleki bilgi, beceri ve yetenekler kazandırılmakta; aynı zamanda mezuniyet sonrasında istihdam edilebilmeleri için kariyer planlaması, hedef belirleme gibi konularda da destek sağlanmaktadır. Üniversiteler, öğrencilerin iş hayatı ile etkili bir iletişim kurmalarına yardımcı olmak amacıyla eğitim veren öğretim elemanları ve diğer çalışanlar ile birlikte, kariyer hizmetlerini organize bir şekilde sunmaktadır (Cevher, 2015, s. 165). Mesleki eğitim derslerine katılan öğrenciler için doğru kariyer seçimi, mesleki yaşamları ve gelecekteki başarıları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Ancak yanlış kariyer tercihleri, bireylerin tüm çabalarını yanlış bir yöne yönlendirerek para, enerji, zaman ve motivasyon kayıplarına neden olabilmektedir (Ahmed ve ark., 2017, s. 2).

Kariyer, bireyin çalışma hayatı boyunca yaptığı işler ve katıldığı aktivitelerin toplamını ifade eder. Bu süreç, mesleki ilerlemeyle birlikte kazanılan bilgi, beceri, artan sorumluluklar ve saygınlıkla karakterize olur. Kariyer, bireyin iş yaşamındaki deneyimlerini, edindiği bilgileri, katıldığı etkinlikleri ve sahip olduğu pozisyonu yansıtan bir gelişim sürecidir. Bu gelişim, elde edilen gelirleri, kazanılan statü ve konumları, kazanılan itibarı, prestiji ve üstlenilen sorumlulukları içerir. Kariyer, sürekli değişen, gelişen ve dinamik bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Güney, 2020, s. 244; Özler ve ark., 2016, s. 152).

Kariyer planlaması, bireylere pek çok fayda sağlayan önemli bir süreçtir. Bu süreç, bireylerin kendilerini geliştirmelerine olanak tanırken aynı zamanda kariyerleriyle ilgili gerekli bilgileri edinmelerini sağlar. Hedef belirleme süreci, bireylerin kendi hedeflerini netleştirmelerini ve bu hedeflere ulaşmak için izleyecekleri yolları belirlemelerini kolaylaştırır. Kariyer planlaması aynı zamanda bireyin yeteneklerinin üstleri tarafından fark edilmesini kolaylaştırarak, daha üst pozisyonlarda çalışma fırsatları sunabilir. Dolayısıyla, kariyer planlaması bireylerin kendilerini geliştirmesi, hedeflerini belirlemesi ve bu hedeflere ulaşmak için adım atması konusunda önemli bir rehberlik sağlamaktadır (Fındıkçı, 2012, s. 348).

Kariyer planlaması günümüzde giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Eğitim seviyesindeki genel artış hem işverenlerin hem de çalışanların kariyer planlamasına verdikleri önemi artırmıştır. Kariyer planlaması, bireylerin doğru yolda ilerlemesini sağlayarak gelecekteki hedeflere ulaşmak için gerekli güçlü ve zayıf yönleri, becerileri belirlemelerine yardımcı olur. Ancak çoğu insan hayatlarında ne yapmak istediklerini tam olarak bilemezler. Bu nedenle, kariyer planlama ve geliştirme süreci daha da kritik hale gelmiştir. Özellikle, iş hayatına adım attığında doğru planlama yapıldığında, gelecekteki başarı için büyük önem taşır. Kariyer planlaması, işletmenin ihtiyaçlarıyla uyumlu olarak çalışanların yeteneklerini geliştiren ve yönlendiren bir süreç olarak değerlendirilmelidir. Bu, işletmelerin stratejik hedeflerine uygun becerilere sahip bir iş gücü oluşturmak için kariyerleri yönetme ihtiyacını vurgular. Dolayısıyla, kariyer planlama ve geliştirme, bir organizasyonun rekabet gücünü ve bilgi düzeyini artırmada önemli bir araçtır (Yılmaz, 2003, s. 16).

Kariyer planlamanın faydaları oldukça geniştir. Bu planlama süreci, işletmeler için sürekli ve etkili bir işgücü kaynağı sağlar. Farklı geçmişlere ve yetkinliklere sahip olan çalışanlara destek

vererek, onların şirkete daha çok bağlanmasını ve özdeşleşmesini kolaylaştırır. Ayrıca, çalışanların bağlılığını artırarak, onların büyüme ve gelişme süreçlerine katkıda bulunur. Kariyer planlaması, çalışanların belirli hedefler doğrultusunda ilerlemelerini teşvik eder ve potansiyel yeteneklerini ortaya çıkarma şansı sunar. Üst yönetimin, işletme içinde yükselebilecek potansiyel çalışanlar hakkında bilgi sahibi olmasını sağlayarak, şirketin geleceğe daha hazırlıklı olmasını sağlar. Beklenmedik durumlarla başa çıkabilen ve terfi olanaklarına açık olan bir ekibin oluşturulmasına yardımcı olur. Böylelikle, iş hacmini azaltırken, şirket içinde terfi olanaklarını göstererek ve bu olanakları sağlayarak çalışanları teşvik eder (Şimşek ve ark. 2004, s. 93).

Günümüzde kariyer planlaması hem bireysel hem de organizasyonel açıdan çok sayıda hedefi amaçlamaktadır. Temel hedef, kişilerin ve kurumların uyum içinde çalışarak etkinlik ve verimliliği artırmak olduğunu söyleyebiliriz. Bu yaklaşım, bir organizasyonun gelecekte ihtiyaç duyacağı nitelikli personeli önceden hazır hale getirmeyi amaçlar. Kariyer planlamasının amaçları, insan kaynaklarının etkin bir şekilde kullanılmasını sağlamak, çalışanların terfi ihtiyaçlarını karşılamak, yeni iş alanlarına giren bireyleri değerlendirmek, eğitim ve kariyer fırsatlarıyla iş başarısını artırmak, iş görenlerin bağlılığını ve memnuniyetini artırmak ve bireysel eğitim gereksinimlerini daha iyi belirleyerek karşılamak olarak özetlenebilir (Şimşek ve ark., 2004, s. 93; Akat ve ark., 2004).

Kariyer planlamasının hedefleri arasında, bireylerin kendi kariyer başarılarını güçlendirmek, insan kaynaklarını verimli bir şekilde kullanmak, personelin gelişimini desteklemek, eğitim ve kariyer imkanlarıyla iş başarısını artırmak ve iş güvenliğini sağlamak yer almaktadır (Bayraktaroğlu, 2006, s. 142).

Kariyer Yaklaşımları

Günümüzde, iş dünyasında giderek daha fazla önem kazanan bir yaklaşım, çalışanlara kariyerlerini yönlendirmede daha fazla sorumluluk verme fikrine dayanmaktadır. Bu perspektife göre, kuruluşlar artık çalışanların yeteneklerini geliştirmeleri için gerekli ortamı ve araçları sağlamakla yükümlüdür. Bu şekilde, şirketler ve bireyler arasında daha sağlam ve profesyonel ilişkiler geliştirilebilir. Esnek kariyer anlayışı ise kurumlar ve çalışanlar arasındaki bağı daha gevşek olarak ele almaktadır. Bu anlayışta, şirketlerde bulunan çalışanlar genellikle piyasa koşullarına uygun özelliklere sahip olmaktadır. Esnek kariyere sahip olan bir çalışan, değişen iş taleplerine uyum sağlamak için gerekli bilgi ve becerilere sahip olmalıdır. (Akin, 2005, s. 6; Erdoğan, 2003, s. 520). Sınırsız kariyer yaklaşımı, küresel kariyer perspektifinin köklerini oluşturur (Bayraktaroğlu, 2008, s. 165). Bu yaklaşıma göre, işle ilgili faaliyetler örgütsel sınırlarla sınırlı kalmaz; aksine, çalışanlar birden fazla organizasyon arasında serbestçe hareket edebilirler. Bu model genellikle örgütsel kariyer ve sınırlı kariyer kavramlarına karşı durur (Erdoğan ve Koçer, 2009). Hiçbir şekilde hiyerarşik bir kariyer yapısına bağlı olmadan, bu kariyer bakış açısı örgütler arası ilişkilerin ve bilgi paylaşımının önemini vurgular. Bu esneklik, özellikle özgür düşünen ve çok yönlü çalışanlar için daha uygundur (Günel, 2009). Çok yönlü kariyer yaklaşımı, iş görenlerin kendi kariyerlerini yönlendirmelerine ve farklı iş ortamlarında çalışma özgürlüğüne vurgu yapar. Profesyonel bağlamda çalışanlar, örgüt bağımsızlığı ve iş deneyimleri aracılığıyla kariyerlerini çeşitlendirebilme esnekliğine sahiptirler (Akin, 2005, s. 7).

Portföy kariyer yaklaşımı, çalışana tek bir örgüte bağlı tam zamanlı bir işçi olarak değil, bağımsız ve doğrudan işlerini yürüten bir profesyonel olarak gören bir perspektiftir. Bu bakış açısında, iş, çalışan için merkezi bir öneme sahiptir. Birey, birden fazla müşteriyle çalışarak ve farklı projeleri üstlenerek örgüt bağımsızlığını vurgular (Whymark ve Steve, 1999, s. 117; Günel, 2009). Global kariyer yaklaşımında, küreselleşmenin etkisi işgücü piyasasında da belirgin bir şekilde hissedilmekte ve artan işgücü hareketliliği sonucunda çalışanlar yalnızca kendi ülkelerindeki meslektaşlarıyla değil, aynı zamanda dünya genelindeki çalışanlarla da rekabet etmek durumundadırlar. Bu durum, çalışanların artık uluslararası düzeyde bir kariyer yaklaşımı geliştirmeleri gerektiği anlamına gelmektedir (Bayraktaroğlu, 2008, s.165). Örneğin, bilgi teknolojileri sektöründe faaliyet gösteren bir Hintli çalışanın Hindistan, ABD veya Avrupa ülkelerinde çalışma olanağı bulması, bu küresel kariyer anlayışına verilebilecek bir örnektir (Dikili, 2012, s. 480).

Çalışan eşlerin kariyerleri, farklı kariyer hedeflerine ve yollara sahip olan eşlerin, aile yaşamını etkileyebileceği gözlemlenmiştir. Eşler, benzer kariyer hedeflerini paylaşmıyorlarsa, aralarında kıskançlık gibi problemler ortaya çıkabilir. Bununla birlikte, aile sorumluluklarının kariyerle ilgili sorumluluklarla birleştirilmesi genellikle erkeğin kariyerini öncelikli hale getirmesine ve kadınların kariyerlerinin göz ardı edilmesine neden olabilir. Bu durumda, her iki eşin de çalışmasının örgütler açısından ortaya çıkardığı zorluklara odaklanılmaktadır (Bayraktaroğlu, 2008, s. 165). Bu durum, işgücü piyasasında aile yaşamı ile kariyer hedefleri arasında denge kurma çabalarını etkileyebilir ve kurumsal düzeyde çeşitli zorluklara sebep olabilir.

Birey-Meslek Uyumu ve Kariyer Planlama Arasındaki İlişki

Aşçılık mesleği özellikle bireyin meslek becerileriyle uyum içinde olması gereken ve kariyer planlamasının önemli olduğu bir alandır. Birey-meslek uyumu, bir kişinin sahip olduğu yetenekler, ilgi alanları ve değerleri ile bir mesleğin gerektirdiği beceriler, sorumluluklar ve çalışma koşulları arasındaki uyumu ifade eder (Tepeci, 2011, s. 22). Aşçılık mesleğinde tutkulu olmak büyük bir öneme sahiptir (Şükran, 2015, s. 103). Aşçılık gibi mesleklerde, bireyin mutfaka olan ilgisi, yaratıcılığı, detaylara önem verme yeteneği ve stresle başa çıkma becerisi gibi özellikler, meslekte başarılı olabilmesi için önemlidir. Bu uyum, kişinin iş performansını etkileyebilir ve uzun vadeli bir kariyer için temel oluşturur. Aşçılık mesleği, sıcak, nemli ve ıslak bir iş ortamında icra edildiğinden, iş sağlığı ve güvenliği açısından büyük önem taşır. Kullanılan ekipmanlar ve kimyasalların yanı sıra keskin bıçaklar, çeşitli kesik yaralanmalara, ıslak zeminler kayma sonucu oluşan kırıklara, kızartma işlemlerinden sıçrayan yağlar yanıklara, sıcak sular da haşlanmalara neden olabilir. Bu nedenle, mesleğin dikkatli, düzenli ve iş arkadaşlarıyla uyumlu bir şekilde yürütülmesi gerekmektedir. Aşçılık mesleği, beslenme ihtiyacına çözüm sunan temel bir meslek olup, toplum nezdinde giderek daha fazla itibar görmektedir. Bu artan itibar, mesleğe olan talebi artırmaktadır (Yılmaz ve Tanrıverdi, 2017, s. 635).

Kariyer planlaması da aşçılık mesleğinde oldukça önemlidir. Bu planlama, bireyin mesleki hedeflerini belirlemesine, gelişim alanlarını tanımlamasına ve kariyerinde ilerlemesine yardımcı olur. Aşçılık mesleğinde, bireyin kendini sürekli geliştirmesi, yeni teknikleri ve lezzetleri öğrenmesi gerekebilir. Bu bağlamda, kariyer planlaması, hangi yeteneklerin geliştirilmesi gerektiğini belirlemek, eğitim almak ve farklı iş deneyimleri kazanmak için önemli bir araç olarak öne çıkar. Farklı meslek gruplarında çalışan bireylerin iş hayatındaki başarıları, kariyer planlamasının etkili bir rol oynadığını göstermektedir. Özellikle rekabetin yoğun olduğu turizm sektöründe istihdam edilenlerin kişisel gelişimleri ve işletme hedeflerine ulaşmaları için kariyer planlamasına önem vermeleri gerekmektedir (Perçin ve Çetin, 2014, s. 179). Turizm sektöründe çalışmayı hedefleyen gençlerin kariyer planlama süreçleri genellikle lise veya üniversitede aldıkları turizm eğitimiyle başlar. Dolayısıyla, turizm eğitimi alan gençlerin turizm sektörüne yönelik kariyer tutumlarının belirlenmesi önemlidir. Araştırmalar, turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektörüne karşı tutumlarının farklılık gösterdiğini göstermektedir. Son zamanlarda, gençler arasında aşçılık mesleğine olan ilginin arttığı gözlemlenmektedir. Bu ilgiyi arttıran faktörler arasında, mutfak departmanlarında çalışmanın çeşitli motivasyonlarla tercih edilmesi bulunmaktadır (Kurnaz ve ark., 2014, s. 60). Örneğin, Özdemir ve Önçel'in (2019, s. 1175) çalışmasında, gastronomi sektöründe kariyer yapma kararını etkileyen faktörler arasında, mutfak yöneticilerinin altındaki çalışanlara yetki vermesi, öğrencilerin gastronomiye ilgi duyması, yüksek iş motivasyonu ve toplumun mutfak çalışanlarına saygı göstermesi bulunmaktadır. Harbalıoğlu ve Ünal'ın (2014, s. 65) araştırmasında ise, aşçılık bölümü öğrencilerinin maddi ve manevi tatmin sağlayacağına, kariyerlerinin ilerledikçe deneyimlerinin ve işe olan bağlılıklarının artacağına inandıkları için aşçılık programını tercih ettikleri sonucuna varılmıştır. Bir aşçının kariyerinde ilerlemesi genellikle deneyim, yetenek ve sürekli öğrenme üzerine kuruludur. Bireyin yeteneklerini mesleki gerekliliklerle uyumlu hale getirerek, belirli bir uzmanlık alanında uzmanlaşması ve aşama kariyer hedeflerine doğru ilerlemesi, birey-meslek uyumu ile kariyer planlamasının başarılı bir birleşimidir. Bu süreç hem kişisel tatmin hem de mesleki başarı için

önemlidir. Bu bilgiler ışığında araştırmaya yönelik oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

Araştırma kapsamında, katılımcıların demografik özellikleri ile birey-meslek uyum düzeyleri ve kariyer planlamaları arasındaki ilişkiyi değerlendirebilmek amacıyla çalışmanın hipotezleri aşağıda belirtilmiştir:

H₁: Aşçılık bölümü öğrencilerinin birey-meslek uyumu ve kariyer planlamaları arasında ilişki vardır.

H_{1a}: Aşçılık bölümü öğrencilerinin birey-meslek uyumu ve kariyer farkındalığı alt boyut arasında ilişki vardır.

H_{1b}: Aşçılık bölümü öğrencilerinin birey-meslek uyumu ve seçimin doğruluğu alt boyutu arasında ilişki vardır.

H_{1c}: Aşçılık bölümü öğrencilerinin birey-meslek uyumu ile mesleki farkındalık alt boyutu arasında ilişki vardır.

H_{1d}: Aşçılık bölümü öğrencilerinin birey-meslek uyumu ile eğitimin yeterliliği alt boyut arasında ilişki vardır.

H_{1e}: Aşçılık bölümü öğrencilerinin birey-meslek uyumu ile kariyer inancı alt boyut arasında ilişki vardır.

H₂: Aşçılık bölümü öğrencilerinin birey-meslek uyumu ve kariyer planlamaları sektörde çalışma sürelerine göre değişmektedir.

H₃: Aşçılık bölümü öğrencilerinin birey-meslek uyumu ve kariyer planlamaları ile bölümü tercih etme nedenleri arasında ilişki vardır.

MATERYAL VE YÖNTEM

Çalışmanın amacı, aşçılık bölümü öğrencilerinin birey meslek uyumu ile kariyer planlamaları arasındaki ilişkiyi demografik özellikler bağlamında incelemektir. Çalışmanın amacı doğrultusunda bu araştırmada betimsel tarama yöntemi tercih edilmiş ve nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini Aksaray Üniversitesi Güzelyurt Meslek Yüksekokulu Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri bölümü Aşçılık programı öğrencileri oluşturmaktadır. Aksaray Üniversitesi Güzelyurt Meslek Yüksekokulu öğrenci işleri yetkilisinden alınan bilgiye göre 2023-2024 eğitim-öğretim yılında bölümde aktif kayıtlı olan 140 öğrenci bulunmaktadır. Aktif kayıtlı olan tüm öğrenciler araştırmaya dahil edilmiştir. Hazırlanan anket formu, kolayda örnekleme yöntemi kapsamında 1 Ocak-31 Ocak 2024 tarihleri arasında araştırma örnekleminde yer alan 140 öğrenciye online olarak gönderilmiş ve gönüllülük esasına dayalı olarak katılım sağlayan 107 öğrencinin anketi değerlendirmeye alınmıştır. Toplanan anketlerin sosyal bilimlerde 0,05 hata payı ile evreni temsil edecek yeterlilikte (140 kişi için 103 anket) olduğu belirtilmektedir (Altunışık ve ark., 2012, s. 137).

Araştırma Verilerinin Toplanması ve Analizi

Araştırmada kullanılan anket üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özelliklerini öğrenmeye yönelik ifadeler; ikinci bölümde birey meslek uyumu ölçeği ile ilgili ifadeler, üçüncü bölümde ise öğrencilerin kariyer planlama ölçeği ilgili ifadeler yer almaktadır. Kariyer Planlama Ölçeği, Yavuz Eroğlu ve Eroğlu (2020) tarafından geliştirilmiş olup, ölçek 5 farklı alt boyutu içeren toplamda 23 madde içermektedir. Ölçeğin kullanımında herhangi bir maddeye ters kodlama uygulanmamıştır. Katılımcılar, her bir maddeyi 5 (tamamen katılıyorum) ile 1 (hiç katılmıyorum) arasında değişen bir ölçekle değerlendirmişlerdir. Araştırmada, bireyin işe uyumunu ölçmek için, toplamda 9 madde içeren bir ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek, Brkich, Jeffs ve Carless (2002) tarafından geliştirilmiş ve Kerse (2018) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Birey-meslek uyumu ve kariyer planlaması ölçeklerinde yer alan ifadeler 5'li Liket (1-Kesinlikle Katılmıyorum; 5=Kesinlikle Katılıyorum) tipine göre uyarlanmıştır.

Araştırmanın yürütülebilmesi için Aksaray Üniversitesi Rektörlüğü İnsan Araştırmaları Etik Kurulu'nda 26/12/2023 tarih ve E-34183927-000-00000903485 sayılı yazı ile gerekli izinler alınmıştır.

Araştırmadan elde edilen veriler IBM SPSS Statistics 25.0 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmada elde edilen verilerden bağımsız grupların ortalamaları arasında anlamlı farkın olup olmadığını test edebilmek için T Testi, değişkenler arasındaki ilişkiyi bulmak için Korelasyon Analizi, iki ya da ikiden fazla grup arasındaki ilişkiyi bulabilmek için ise Regresyon Analizi yapılmıştır. Araştırma bulgularına geçmeden önce kullanılan ölçeğin güvenilirliği, Cronbach Alfa (α) katsayısının hesaplanması yöntemiyle tespit edilmiştir. Bu doğrultuda, birey meslek uyumunun tespiti için kullanılan ölçeğe ilişkin güvenilirlik katsayısı, $\alpha = 0,698$ olarak hesaplanmıştır. Sosyal bilimler alanında yapılan araştırmada bu katsayının 0,69 olması kişi-iş uyum ölçeğinin oldukça güvenilir olduğu anlamına gelmektedir (Kalaycı, 2009). Kariyer planlamanın tespiti için kullanılan ölçeğe ilişkin güvenilirlik katsayısı ise, $\alpha = 0,943$ olarak hesaplanmıştır. Özellikle sosyal bilimler alanında yapılan araştırmalarda bu katsayının 0,80'in üzerinde olması kariyer planlama ölçeğinin yüksek derecede güvenilir olduğu anlamına gelmektedir (Kalaycı, 2009).

BULGULAR

Araştırmada, ilk olarak açılış bölümü öğrencilerinin demografik özelliklerini belirlemek üzere frekans analizi gerçekleştirilmiş ve Tablo 1'de sunulmuştur. Tablonun incelenmesi sonucunda, katılımcıların %72'sinin kadın, %28'inin ise erkek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, katılımcıların %87,9'u meslek tercihini kendi isteği doğrultusunda yaparken, %4,7'si aldıkları puanın etkisiyle, %3,7'si ise öğretmenlerinin önerisi gibi diğer nedenlerle tercih kararı almıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin %33,6'sı daha önce açılış deneyimine sahip değilken, %24,3'ü 12 aydan fazla süre deneyime sahip olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca, %23,4'ü 6 aydan az, %18,7'si ise 6-12 ay arasında deneyimleri olduğunu belirtmiştir. Bu bağlamda, mesleği tercih eden öğrencilerin %66,4'ünün açılış deneyimine sahip olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 1.

Katılımcıların Demografik Özellikleri

		N	%
Cinsiyet	Kadın	30	28
	Erkek	77	77
Açılış Bölümü Tercih Nedeni	Kendi İsteğim	96	87,9
	Ailem	1	0,9
	Öğretmenlerim	4	3,7
	Puan Durumum	5	4,7
	Diğer	1	0,9
Çalışma Sürelerine Göre Öğrencilerin Dağılımı	Çalışmadım	36	33,6
	6 Aydan Daha Az	25	23,4
	6-12 Ay	20	18,7
	12 Aydan Fazla	26	24,3

Üniversite öğrencilerinin birey meslek uyumu ve kariyer planlama davranışlarını gözlemlenmek amacıyla 32 soru yöneltilmiştir. Öğrencilerin birey meslek uyumu ve kariyer planlama davranış ortalamalarının incelenebilmesi amacıyla yapılan frekans analizi sonuçları Tablo 2 ve Tablo 3'de gösterilmiştir. Tablo 2'de 1., 2. ve 4. ifadeler analiz edilmeden önce ters kodlama yapılmıştır. Tablo 2 incelendiğinde katılımcıların birey meslek uyum davranış ortalamalarının $\bar{X}=3,12$ olduğu görülmektedir. Bu ortalama birey meslek uyumunun orta düzeyde olduğunu göstermektedir. Birey meslek uyumu ölçeğinde yer alan ifadeler incelendiğinde en yüksek katılım gösterilen ifadeler sırasıyla; açılış mesleğinin kendilerine uygun olduğunu

($\bar{X}=4,30$); açıcılık mesleğinin kendilerini motive ettiğini ($\bar{X}=4,49$); kabiliyet, beceri ve yeteneklerinin açıcılık mesleğine uygun olduğunu ($\bar{X}=4,41$) ve açıcılık mesleğinde yetenek, beceri ve yetkinliklerini kullanabildiklerini ($\bar{X}=4,25$) ifade etmişlerdir.

Tablo 2.

Katılımcıların Birey Meslek Uyumu İfadelerine İlişkin Betimsel İstatistikler

Birey Meslek Uyumu	\bar{X}	Std. Sapma	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
			f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Aşıcılık mesleği aslında beni hiç yansıtmıyor.	1,65	1,17	75	70,1	11	10,3	10	9,3	5	4,7	6	5,6
Aşıcılık mesleği benim yapmak istediğim iş değildir	1,36	,85	86	80,4	9	8,4	8	7,5	2	1,9	2	1,9
Aşıcılık mesleğinin (işini tümüyle göz önüne aldığımda) bana uygun olduğunu düşünüyorum.	4,30	1,09	5	4,7	6	5,6	4	3,7	28	26,2	64	59,8
Aşıcılık mesleğinin benim için doğru bir iş olmadığını düşünüyorum.	1,40	,77	79	73,8	17	15,9	7	6,5	4	3,7	-	-
Aşıcılık mesleğinde amaçlarımın ve ihtiyaçlarımın karşılandığı kanaatindeyim.	3,88	1,17	7	6,5	5	4,7	23	21,5	30	28,0	42	39,3
Aşıcılık mesleği beni motive ediyor.	4,49	1,01	5	4,7	2	1,9	5	4,7	18	16,8	77	72,0
Kabiliyet, beceri ve yeteneklerimin açıcılık mesleğine uygun olduğu kanaatindeyim.	4,41	,95	3	2,8	4	3,7	5	4,7	29	27,1	66	61,7
Bana çok daha uygun olan başka işlerin olduğuna eminim.	2,39	1,32	36	33,6	26	24,3	23	21,5	11	10,3	11	10,3
Aşıcılık mesleğinde yetenek, beceri ve yetkinliklerimi kullanabiliyorum.	4,25	,99	4	3,7	-	-	18	16,8	28	26,2	57	53,3
Birey meslek uyumu genel ortalaması	3,12	1,03										

Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların kariyer planlama davranış ortalamalarının $\bar{X}=3,95$ olduğu görülmektedir. Bu ortalama öğrencilerin açıcılık mesleğine yönelik kariyer planlamalarının olduğunu ve kariyer planlama konusunda farkındalıklarının olduğunu göstermektedir. Kariyer planlama ölçeğinde yer alan ifadeler incelendiğinde en yüksek katılım gösterilen ifadeler sırasıyla; sektörde çalıştığında farklılık yaratmak ve dinamik olmak gerektiğini ($\bar{X}=4,62$); açıcılık

mesleğinde istenen bilgi becerilerinin farkında olduklarını ($\bar{X}=4,42$); ve kariyer planlaması yaparken sadece hiyerarşik olarak yükselmeyeceğini aynı zamanda yeteneklerini geliştireceğini ($\bar{X}=4,41$) ifade etmişlerdir.

Tablo 4.

Katılımcıların Kariyer Planlama İfadelerine İlişkin Betimsel İstatistikler Kariyer Planlama

Kariyer Planlama	\bar{X}	Std. Sapma	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
			f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Güçlü ve zayıf yönlerimin yeteneğimin farkındayım.	4,26	,92	2	1,9	1	,9	20	18,7	28	26,2	56	52,3
Okuduğum bölüm kariyer planlamamda ve geliştirmem de olanak sağlıyor ve hedefime ulaşmamı sağlıyor.	4,16	1,16	5	4,7	7	6,5	13	12,1	22	20,6	60	56,1
Seçtiğim okul kariyer planı yapmamı sağladı.	3,60	1,27	11	10,3	6	5,6	31	29,0	25	23,4	34	31,8
Sektörde çalıştığım farklılık yaratmak ve dinamik olmak isterim.	4,62	,81	2	1,9	2	1,9	5	4,7	16	15,0	82	76,6
Kariyer hedefime ulaşmak için izleyeceğim yolun farkındayım.	4,24	1,11	5	4,7	5	4,7	10	9,3	25	23,4	61	57,0
Kariyer planlaması yapmak seçenekleri belirlediğini ve kariyerimle ilgili belirsizlikleri ortadan kaldırdığını düşünüyorum.	3,85	1,13	4	3,7	9	8,4	26	4,3	28	26,2	40	37,4
Kariyer hedefimi ilgi ve yeteneklerime göre planlarım.	4,24	,93	2	1,9	2	1,9	18	16,8	31	29,0	54	50,5
Kariyer planlarıma göre hedefe odaklandığımı düşünüyorum.	4,18	1,02	3	2,8	5	4,7	15	14,0	30	28,0	54	50,5
Seçtiğim mesleğin pozitif ve negatif yönlerini araştırdım	4,12	1,02	4	3,7	2	1,9	20	18,7	32	29,9	49	45,8

biliyorum.													
Kariyer planlaması yaparken sadece hiyerarşik olarak yükselmeyeceği mi aynı zamanda yeteneklerimi geliştireceğimi biliyorum.	4,41	,93	3	2,8	1	,9	12	11,2	24	22,4	67	62,6	
Mutfağa ilgim kariyer planlaması yapmamda yol gösterici olmaktadır.	4,39	,87	3	2,8	-	-	10	9,3	33	30,8	61	57,0	
Seçtiğim mesleğin geleceği hakkında bilgi sahibiyim.	4,23	1,01	4	3,7	4	3,7	9	8,4	36	33,6	54	50,5	
Mesleğimin ilerleme olanaklarını biliyorum.	4,27	,97	3	2,8	3	2,8	13	12,1	31	29,0	57	53,3	
Mesleğimde istenen bilgi becerilerinin farkındayım.	4,42	,87	1	,9	3	2,8	13	12,1	23	21,5	67	62,6	
Kariyer yolumda önüme çıkabilecek engelleri aşabileceğimi düşünüyorum.	4,31	,90	1	,9	3	2,8	17	15,9	26	24,3	60	56,1	
Kariyer hedefime ulaşmak için aldığım eğitimin yeterli olduğunu düşünüyorum.	3,32	1,32	14	13,1	13	12,1	30	28,0	24	22,4	26	24,3	
Mesleğimle ilgili olayları yakından takip ediyorum.	3,83	1,11	4	3,7	8	7,5	28	26,2	29	27,1	38	35,5	
Kariyerim için seminer kurs ve sempozyumlara katılıyorum.	2,79	1,40	24	22,4	26	24,3	25	23,4	12	11,2	20	18,7	
Okuldaki olanaklar kariyer planlarımı gerçekleştirmek için yeterli.	4,31	,90	1	,9	3	2,8	17	15,9	26	24,3	60	56,1	
Seçtiğim meslek ile uyumlu olduğumu düşünüyorum.	3,32	1,32	14	13,1	13	12,1	30	28,0	24	22,4	26	24,3	
Mesleğimde başarılı olabilmem için kariyer planlamasının	3,83	1,11	4	3,7	8	7,5	28	26,2	29	27,1	38	35,5	

önemli olduğunu biliyorum.													
Kariyerime ulaşmamda önüme çıkacak her türlü engeli aşacağıma inanıyorum.	2,79	1,40	24	22,4	26	24,3	25	23,4	12	11,2	20	18,7	
Kariyerimi düşünmek bana ilham veriyor.	3,46	1,33	11	10,3	16	15,0	24	22,4	24	22,4	32	29,9	
Kariyer planlama genel ortalaması	3,95	1,07											

Çalışmaya katılan öğrencilerin birey meslek uyumu ve kariyer planlama davranışları ile demografik özellikleri arasında bir farklılığın olup olmadığını saptamak amacıyla farklılık analizleri yapılmıştır. Cinsiyet ile birey meslek uyumu ve kariyer planlama davranışı arasındaki farklılığı incelemek amacıyla yapılan T Testi sonuçları Tablo 4’de gösterilmiştir. Tablo 4 incelendiğinde kadın öğrenciler ile erkek öğrenciler arasında anlamlı düzeyde bir farklılık saptanmamıştır. Bu verilerden hareketle, H₂ hipotezi desteklenmemektedir.

Tablo 4.

Cinsiyet ile Birey Meslek Uyumu ve Kariyer Planlama Davranışı Arasındaki Farklılık (T Testi)

	Yaş	N	\bar{X}	Standart Sapma	p*
Birey Meslek Uyumu	Kadın	30	3,13	,41	,955
	Erkek	77	3,12	,39	
Kariyer Planlama	Kadın	30	3,75	,89	,067
	Erkek	77	4,03	,64	

Tablo 5’te öğrencilerin birey meslek uyumu ve kariyer planlamaları ile açılış bölümünü tercih etme nedenlerine ilişkin farklılıklar One-Way ANOVA testi ile incelenmiş ve bu iki değişkenler arasında istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde bir farklılaşma tespit edilmiştir (p<0,05). Bu kapsamda; kendi isteği ile açılış bölümünü seçen öğrencilerin, puan durumu ve diğer nedenlerle açılış bölümünü seçen öğrencilere oranla daha yüksek düzeyde kariyer planlaması yaptığı görülmektedir.

Tablo 5.

Öğrencilerin Açılış Bölümünü Tercih Etme Nedenleri ile Birey Meslek Uyumu Ve Kariyer Planlama Arasındaki Farklılıkların Analizi

	Açılış bölümü tercih nedenleri	N	\bar{X}	Standart Sapma	F	p*	Anlam Farkı
Birey Meslek Uyumu	a-Kendi isteğim	96	3,15	,381	2,271	,062	
	b-Öğretmenlerim	1	3,22	-			
	c-Ailem	4	3,05	,368			
	d-Puan Durumum	5	2,62	,611			
	e-Diğer	1	3,22	-			
Kariyer Planlama	a-Kendi isteğim	96	4,05	,676	5,585	,000*	a-d. a-e
	b-Öğretmenlerim	1	3,47	-			
	c-Ailem	4	2,86	,918			
	d-Puan Durumum	5	3,04	,150			
	e-Diğer	1	3,86	-			

Tablo 6’da verilen Pearson korelasyon analizine göre öğrencilerin meslek uyumu ve kariyer planlamaları alt boyutları arasında pozitif yönde görülmektedir. Birey meslek uyumu ile kariyer planlama alt boyutlarından “kariyer farkındalığı” arasında pozitif yönde, orta düzeyde ($r=,375$; $p<,05$); “mesleki farkındalık” arasında pozitif yönde, orta düzeyde ($r=,302$; $p<,05$) ilişki olduğu görülmektedir. Tabloyu incelediğimizde kariyer planlama alt boyutları arasında pozitif yönde güçlü düzeyde olduğu görülmektedir. Kariyer planlama alt boyutu olan "kariyer farkındalığı" ile mesleki performans arasında ($r=0,632$; $p<0,05$); kariyer inancı ($r=0,592$; $p<0,05$); seçimin doğruluğu ($r=0,771$; $p<0,05$); eğitimin yeterliliği ($r=0,667$; $p<0,05$) ilişkisi olduğu görülmektedir. Kariyer planlama alt boyutu “kariyer farkındalığı” ile mesleki performans arasında ($r=,632$; $p<,05$); kariyer inancı ($r=,592$; $p<,05$); seçimin doğruluğu ($r=,771$; $p<,05$); eğitimin yeterliliği ($r=,667$; $p<,05$) olduğu görülmektedir.

Kariyer planlama alt boyutu “mesleki farkındalık” ile kariyer inancı ($r=,6322$; $p<,05$); seçimin doğruluğu ($r=,767$; $p<,05$); eğitimin yeterliliği ($r=,678$; $p<,05$) arasında pozitif yönlü güçlü düzeyde olduğu görülmektedir. Kariyer planlama alt boyutu “kariyer inancı” ile seçimin doğruluğu ($r=,614$; $p<,05$); eğitimin yeterliliği ($r=,896$; $p<,05$) pozitif yönlü güçlü düzeyde olduğu görülmektedir. Kariyer planlama alt boyutu “seçimin doğruluğu” ile eğitimin yeterliliği ($r=,666$; $p<,05$) pozitif yönlü güçlü düzeyde olduğu görülmektedir.

Sonuç olarak, “Aşçılık bölümü öğrencilerinin birey meslek uyumu ve kariyer planlamaları arasında ilişki vardır.” Hipotezi desteklenmiştir. Bu korelasyon analizi, birey meslek uyumu ile kariyer planlama alt boyutları arasında çeşitli düzeylerde ilişkilerin bulunduğunu ortaya koymaktadır. Bu ilişkilerin, öğrencilerin kariyer planlama süreçlerini etkileyebileceği ve kariyer hedeflerine yönelik farkındalıklarının önemli bir rol oynayabileceği düşünülmektedir.

Tablo 6.

Öğrencilerin Meslek Uyumu ve Kariyer Planlama Alt Boyutları Arasındaki İlişki (Korelasyon Analizi)

	r	Birey Meslek Uyumu	Kariyer Farkındalığı	Mesleki Farkındalık	Kariyer İnanç	Seçimin Doğruluğu	Eğitimin Yeterliliği
Birey Meslek Uyumu	r	1	,375**	,302**	,099	,220*	,193*
Kariyer Farkındalığı	r		1	,826**	,592**	,771**	,667**
Mesleki Farkındalık	r			1	,632**	,767**	,678**
Kariyer İnanç	r				1	,614**	,896**
Seçimin Doğruluğu	r					1	,666**
Eğitimin Yeterliliği	r						1

Tablo 7’de anlamlılık düzeyi (significance) $p<05$ olduğu için kurulan regresyon modeli anlamlıdır. İlişkinin yordanmasına yönelik yapılan regresyon analiz sonuçlarına göre; Öğrencilerin meslek uyumlarının kariyer planlama alt boyutları olan kariyer farkındalığı, mesleki farkındalık, kariyer inancı, seçimin doğruluğu ve eğitimin yeterliliği davranışlarına pozitif yönde, zayıf ve orta düzeyde anlamlı farklılıkların olduğu görülmektedir. Yapılan analiz sonucunda; birey meslek uyumu kariyer planlamasının %32’sini açıkladığı görülmektedir.

Tablo 7.

Birey Meslek Uyumunun, Kariyer Planlama Davranışının Alt Boyutlarına Yordamasına İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	B	Std.Hata	(β)	t	P	R ²	R	F	P	
Birey Meslek Uyumunu	Kariyer Farkındalığı	2,229	,220	,375	10,11	,00	,141	,375	17,165	,000	
	Mesleki Farkındalık	2,531	,188	,302	13,465	,00	,091	,302	10,574	,002	
	Kariyer İnancı	2,982	,150	,099	19,883	,310	,010	,099	1,042	,000	
	Seçimin Doğruluğu	2,764	,163	,220	16,978	,023	,048	,220	5,326	,000	
	Eğitimin Yeterliliği	2,832	,153	,193	18,490	,047	,037	,193	4,044	,000	
	Toplam						,327				

Kariyerin farkındalığı alt boyutu için modelin açıklama gücü olan R² değeri ,141 olarak hesaplanmıştır (R=,375; R²=,141; p<,05). Bu değer kariyer farkındalığı değişkeninin (varyansın) %14,1 'inin modeldeki bağımsız değişken, yani birey meslek uyumu tarafından açıklandığını göstermektedir. Regresyon modeline dahil edilen bağımsız değişken β katsayısı=,375'tir (p<,05). Buna göre birey meslek uyumu p<,05 olduğu için, kariyer farkındalığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir. H_{1a} hipotezi desteklenmektedir.

Mesleki farkındalık alt boyutu için modelin açıklama gücü olan R² değeri ,091 olarak hesaplanmıştır (R=,302; R²=,091; p<,05). Bu değer mesleki farkındalık değişkeninin (varyansın) %,091 'inin modeldeki bağımsız değişken, yani birey meslek uyumu tarafından açıklandığını göstermektedir. Regresyon modeline dahil edilen bağımsız değişken β katsayısı=,302'dir (p<,05). Buna göre birey meslek uyumu p<,05 olduğu için, mesleki farkındalık üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir. H_{1c} hipotezi desteklenmektedir.

Meslek seçiminin doğruluğu alt boyutu için modelin açıklama gücü olan R² değeri ,048 olarak hesaplanmıştır (R=,220; R²=,048; p<,05). Bu değer meslek seçiminin doğruluğu (varyansın) %,048 'inin modeldeki bağımsız değişken, yani birey meslek uyumu tarafından açıklandığını göstermektedir. Regresyon modeline dahil edilen bağımsız değişken β katsayısı=,220'dir (p<,05). Buna göre birey meslek uyumu p<,05 olduğu için, meslek seçiminin doğruluğu üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir. H_{1b} hipotezi desteklenmektedir.

Eğitimin yeterliliği alt boyutu için modelin açıklama gücü olan R² değeri ,037 olarak hesaplanmıştır (R=,193; R²=,037; p<,05). Eğitimin yeterliliği (varyansın) %,037 'inin modeldeki bağımsız değişken, yani birey meslek uyumu tarafından açıklandığını göstermektedir. Regresyon modeline dahil edilen bağımsız değişken β katsayısı=,193'dür (p<,05). Buna göre birey meslek uyumu p<,05 olduğu için, eğitim yeterliliği üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir. H_{1d} hipotezi desteklenmektedir.

Kariyer inancı alt boyutu için modelin açıklama gücü olan R² değeri ,010 olarak hesaplanmıştır (R=,099; R²=,010; p<,05). Kariyer inancı (varyansın) %,010'inin modeldeki bağımsız değişken, yani birey meslek uyumu tarafından açıklandığını göstermektedir. Regresyon modeline dahil edilen bağımsız değişken β katsayısı=,099'dür (p<,05). Buna göre birey meslek uyumu p<,05 olduğu için, kariyer inancı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir. H_{1e} hipotezi desteklenmektedir. Yapılan regresyon analizi sonucunda alt boyutlardaki ilişkiler de göz önüne alınarak H₁ hipotezi kabul edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma, öğrencilerin birey meslek uyumu ve kariyer planlama davranışlarını incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda elde ettiğimiz sonuçlara göre, aşçılık mesleğine ilgi duyan öğrencilerin genel olarak bu mesleğe uyumlu olduklarını ve kariyer planlamalarını bilinçli

bir şekilde yaptıklarını göstermektedir. Buda, aşçılık mesleğinin öğrenciler arasında popülerliğinin arttığını ve bu alanda kariyer yapmayı düşünenlerin, meslekleriyle uyumlu olduklarını ve geleceklerini planlama konusunda istekli olduklarını göstermektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin birey meslek uyumu ve kariyer planlama davranışları ile demografik özellikleri arasında bir farklılığın olup olmadığını saptamak amacıyla farklılık analizleri (T Testi) yapılmıştır. Cinsiyet ile birey meslek uyumu ve kariyer planlama davranışı arasındaki farklılığı incelemek amacıyla yapılan T Testi sonuçları gösterilmiştir. Sonuçlar incelendiğinde kadın öğrenciler ile erkek öğrenciler arasında anlamlı düzeyinde bir farklılık saptanmamıştır. Bu sonuca göre, kadın ve erkek öğrencilerin aşçılık mesleği için kariyer planlaması yaparken benzer düzeyde bilinçli ve stratejik yaklaşımlar sergilediklerini göstermektedir. Bu bağlamda çalışmada, H₂ hipotezi “Aşçılık bölümü öğrencilerinin cinsiyetlerine göre birey meslek uyumu ve kariyer planlamaları değişmektedir.” desteklenmemektedir.

Öğrencilerin aşçılık mesleğini kendi isteği doğrultusunda seçme oranlarının diğer seçeneklere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu, Saatçi ve arkadaşlarının (2018) turizm öğrencileri üzerinde gerçekleştirdiği araştırmanın sonuçları ile tutarlılık göstermektedir; ilgili çalışmada, öğrencilerin turizm bölümlerini kendi tercihleri doğrultusunda seçtikleri ve bu alanlara ilgi duydukları saptanmıştır. Dolayısıyla, bu çalışmada elde edilen bulgular, benzer nitelikteki araştırmaların sonuçları ile uyum içerisindedir. Ayrıca, aşçılık mesleğini kendi isteğiyle seçen öğrencilerin kariyer planlamalarına daha fazla önem verdikleri tespit edilmiştir. Bu durum, öğrencilerin meslek tercihlerini bilinçli bir şekilde yaptıklarını ve bu tercihlerinin kariyer planlama davranışlarını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir.

Korelasyon analizine göre, öğrencilerin iş uyumlarının artmasıyla kariyer planlamalarının da pozitif bir şekilde etkilendiğini ortaya koymaktadır. Bu sonuç, aşçılık bölümü öğrencilerinin birey meslek uyumu ile kariyer planlamaları arasında ilişki olduğunu desteklemektedir, ayrıca yapılan çalışmaların bulgularıyla uyumludur (Göktaş ve Taha, 2018; Sarıışık ve Reyhanlıoğlu, 2019; Sartık ve Koca Ballı, 2020). Bu bağlamda, aşçılık bölümü öğrencilerinin meslek uyumu ve kariyer planlama süreçleri arasında çeşitli düzeylerde ilişkilerin bulunduğunu göstermektedir. Bu ilişkiler, öğrencilerin mesleklerine ve kariyer hedeflerine yönelik bilinçli ve etkili kararlar almalarında önemli bir rol oynayabilir. Dolayısıyla, elde edilen sonuçlar, araştırma H₁, H_{1a}, H_{1b}, H_{1c}, H_{1d} ve H_{1e} hipotezlerini desteklemekte ve aşçılık mesleği eğitimi alan öğrencilerin kariyer planlamalarını desteklemek için bu faktörleri dikkate almaları gerektiğini vurgulamaktadır.

Son olarak, kurulan regresyon modeli ile öğrencilerin birey meslek uyumlarının kariyer planlama alt boyutları üzerinde pozitif yönde, zayıf ve orta düzeyde anlamlı farklılıklar yarattığı tespit edilmiştir. Bu, birey meslek uyumunun öğrencilerin kariyer planlama süreçlerini etkileyebilecek önemli bir faktör olduğunu göstermektedir. Öğrencilerin meslek seçimleri ve kariyer planlama süreçlerinde birey meslek uyumunun kritik bir rol oynadığını vurgulamaktadır. Mesleklerine uyum sağlamış öğrencilerin kariyerlerini daha bilinçli ve etkili bir şekilde planladıkları, bu planlamaların da kariyer hedeflerine ulaşma süreçlerinde önemli bir avantaj sağladığı düşünülmektedir. Dolayısıyla, aşçılık mesleği eğitimi alan öğrenciler için birey meslek uyumunun geliştirilmesi ve desteklenmesi, gelecekteki kariyer başarılarına olumlu katkı yapabilir.

Çalışmanın sonuçlarına göre önerilenler şu şekildedir: Öncelikle, öğrencilerin kariyer farkındalığını artırmak için düzenlenen programlar çeşitlendirilmeli ve artırılmalıdır. Bu programlar, öğrencilere sektördeki değişikliklere ayak uydurma becerileri kazandırmalı ve kariyer hedeflerini belirleme konusunda destek sağlamalıdır. Ayrıca, mesleki farkındalık ve meslek seçimi konularında öğrencilere yönelik mesleki gelişim programları düzenlenmeli ve bu programlar, öğrencilerin seçtikleri meslek alanında bilgi ve becerilerini arttırmalarına yardımcı olmalıdır. Kariyer planlaması ile ilgili eğitimler verilerek, öğrencilere kariyer hedefleri belirleme ve bu hedeflere ulaşma stratejileri geliştirme konularında destek sağlanmalıdır. Ayrıca, kariyer inancı, seçimin doğruluğu ve eğitimin yeterliliği konularında öğrencilere destek olmak amacıyla kariyer hedefleri ve yetenek geliştirme programları düzenlenmelidir. Özellikle meslek seçimi döneminde liseden üniversiteye geçiş sürecinde, öğrencilere kişiliklerine uygun meslekleri fark edebilmeleri için eğitimler, seminerler ve workshoplar yapılmalıdır. Aşçılık alanında da çeşitli alt alanlara

odaklanarak öğrencilerin ilgi duydukları veya uzmanlaşmak istedikleri alanları keşfetmeleri için etkinlikler planlanmalıdır. Son olarak, öğrencilerin kariyer hedeflerinden sapmamaları için düzenli olarak sektörle iç içe etkinlikler düzenlenmeli ve öğrenciler sektörle sürekli olarak irtibat halinde olmalıdır, böylece mesleklerini daha kolay benimseyebilirler. Ayrıca birey-meslek uyumu ve kariyer planlaması ilişkisini araştırmayı amaçlayan çalışmacılara farklı bir bakış açısı sunabilecek nitel yöntem veya karma yöntem tercih etmeleri önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Ahmed, K. A., Sharif, N. & Ahmad, N. (2017). Factors influencing students' career choices: Empirical evidence from business students. *Journal of Southeast Asian Research*, 1-15.
- Akalın, Ö. (2006). Okul öncesi öğretmen adaylarının mesleki algıları ile geleceğe yönelik umut düzeylerinin karşılaştırılması [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Akat, İ., Budak-Solakoğlu, G., & Budak, G. (2004). *İşletme yönetimi*. Fakülteler Kitabevi Barış Yayınları.
- Akın, A. (2005). Takım kariyer modeli ile proje takımlarında kariyer geliştirme. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25, 1-18.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2012). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı. Avcı Ofset.
- Arınç, Ü. D. (2013, Kasım, 28-29). Meslek seçiminde, meslek standartları ve personel belgelendirmenin rolü. *Uluslararası İş ve Meslek Danışmanlığı Kongresi*, Ankara.
- Aydın, B. (2014). *Rehberlik* (5. Baskı). Pegem Akademi.
- Bacanlı, F. (1995). Mesleki grup rehberliğinin lise öğrencilerinin mesleki olgunluk düzeylerine etkisi [Doktora tezi]. Gazi Üniversitesi
- Barutçu, E., & Öktem, Ş. (2003). İş-işgören uyumu açısından kişilik özelliklerinin değerlendirilmesi. In 9. Ulusal Ergonomi Kongresi Bildiriler Kitabı (ss. 41-48). Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Bayraktaroğlu, S. (2006). *İnsan kaynakları yönetimi*. Gazi Kitabevi.
- Bayraktaroğlu, S. (2008). *İnsan kaynakları yönetimi*. Sakarya Yayıncılık.
- Brkich, M., Jeffs, D., ve Carless, S. A. (2002). A global self-report measure of person-job fit. *European Journal of Psychological Assessment*, 18(1), 43-51.
- Cevher, E. (2015). Üniversitelerde kariyer planlama faaliyetleri ekseninde kariyer merkezlerine yönelik bir araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 164-177.
- Çevik Kırıcı, N., & Korkmaz, O. (2014). Türkiye'de yaşam doyumu ve iş doyumu arasındaki ilişkinin iki değişkenli sıralı probit model analizi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1), 126-145.
- Dessler, G. (2005). *Personnel management* (4th ed.). Prentice-Hall International Editions.
- Dikili, A. (2012). Yeni Kariyer Yaklaşımlarına İlişkin Değerlendirmeler. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 17(2).
- Donohue, R. (2006). Person-environment congruence in relation to career change and career persistence. *Journal of Vocational Behavior*, 68, 504-515.
- Ehrhart, K. H. ve Makransky, G. (2007). Testing vocational interests and personality as predictors of person-vocation and person-job fit. *Journal of Career Assessment*, 15(2), 206-226.
- Ehtiyar, V. R., Ersoy, A., Akgün, A., & Karapınar, E. (2017). Üniversite öğrencilerinin geleceğe yönelik tutum ve olumlu gelecek beklentilerinin psikolojik iyi olma halleri üzerindeki etkisi. *Mediterranean Journal of Humanities*, 7(2), 251-262.
- Eke, B. (1987). Bir sosyal sınıf belirleyicisi olarak meslek faktörü. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 43, 377-401.
- Erdoğan, N. (2002, Mayıs, 10-11). Yeni kariyer yaklaşımları ve kariyer değerlerindeki değişim. I.

Ulusal Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Kocaeli.

- Erdoğan, N., ve Koçer, S. (2009). Televizyon yayıncılığı sektöründe çalışan profesyonellerin kariyerinin 'Sınırsız Kariyer Kuramı' açısından incelenmesi. 7. Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi Bildiriler Kitabı, 1469-1479.
- Fındıkçı, İ. (2012). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. Alfa Yayınları.
- Gillan, S. L., & Starks, L. T. (2007). The evolution of shareholder activism in the United States. *Journal of Applied Corporate Finance*, 19(1), 61.
- Gothard, B. (2001). Careers guidance in a new era. B. Gothard, P. Mignot, M. Offer ve M. Ruff (Ed.), *Careers guidance in context* (ss.1-9). Sage Publications.
- Göktaş, P. (2018). Irak uyruklu lisansüstü öğrencilerin kariyer değerleri ve kişilik özellikleri üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (30), 104-137.
- Gülbağçe, A. (2007). Mesleki olgunluk düzeyleri farklı olan öğrencilerin sosyal karşılaştırma ve benlik imgelerinin incelenmesi [Doktora Tezi]. Atatürk Üniversitesi
- Günel, S. (2009). Yeni Kariyer Yaklaşımları. <http://www.yenimakale.com/yeni-kariyer-yaklasimlari.html> adresinden 15 Ocak 2024 tarihinde alınmıştır.
- Güney, S. (2020). *Yönetim ve Organizasyon El Kitabı*. Nobel.
- Harbalıoğlu, Ü., ve Ünal, İ. (2014). Aşçılık programı öğrencilerinin mesleki tutumlarının belirlenmesi: Ön lisans düzeyinde bir uygulama. *Turizm Akademik Dergisi*, 1(1), 57-67.
- İlhan, S. (2015). Yeni kapitalizm ve meslek olgusunun değişen anlamları üzerine. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. (21), 313-328.
- Kalaycı, N. (2009). Yüksek öğretim kurumlarında akademisyenlerin öğretim performansını değerlendirme sürecinde kullanılan yöntemler. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 60(60), 625-656.
- Kerse, G. (2018). The impact of job crafting on person-job fit: I am compatible with my work because I can make changes in my work. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32(4), 941-958.
- Kılıç, K. C., & Yener, D. (2015). Birey-örgüt ve birey-iş uyumunun çalışanların iş tutumlarına etkisi: Adana ilinde bankacılık sektöründe çalışanlar üzerine bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(1), 161-174.
- Kristof-Brown, A. L., Zimmerman, R. D., ve Johnson, E. C. (2005). Consequences of individuals' fit at work: A meta-analysis of person-job, person-organization, person-group, and person-supervisor fit. *Personnel Psychology*, 58(2), 281-342.
- Kurnaz, A., Kurnaz, H. A., & Kılıç, B. (2014). Ön lisans düzeyinde eğitim alan aşçılık programı öğrencilerinin mesleki tutumlarının belirlenmesi. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32, 41-61.
- Kuzgun, Y. (2002). *Rehberlik ve Psikolojik Danışma* (8. Baskı). ÖSYM Yayınları.
- Kuzgun, Y. (2009). *Meslek gelişimi ve danışmanlığı*. Nobel Yayıncılık.
- Li, C. & Hung, C. (2010). An examination of the mediating role of person-job fit in relations between information literacy and work outcomes. *Journal of Workplace Learning*, 22(5), 306-318.
- McKenna, E. F. (1987). *Psychology in Business, Theory and Applications*. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers Chanceny House.
- Muchinsky, P. M. (2008). *Psychology Applied to Work: An Introduction to Industrial and Organizational Psychology* (9th Ed.). Hypergraphic Press, Inc.
- Nordin, K., Saraih, U. N., & Ishak, S. (2019). Congruence of person-group and person-vocation fits towards career advancement. *International Journal of Business and Management*, 3(4), 11-16.
- Özdemir, N., & Öncel, S. (2019). Gastronomi ve mutfak sanatları bölümü lisans öğrencilerinin sektöre yönelik algılarının kariyer yapma niyetlerine etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1159-1176.

- Özler, D., Mercan, N., & Yeni, Z. (2016). Y Kuşağının beş faktör kişilik özelliklerinin kariyer uyum yetenekleri üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir araştırma. *İş, Güç, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 18(4), 145-162.
- Perçin, N. Ş., & Çetin, B. (2014). Kariyer Yönetimi. N. Ş. Perçin, B. Güzel, & Ş. A. Tükeltürk (Ed.), *Turizm İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi ve Uygulamaları* (ss. 165-181). Beta Yayınları.
- Pilavcı, D. (2007). Bilgi çağında değişen kariyer anlayışı ve üniversite öğrencilerinin kariyer tercihlerini etkileyen faktörler üzerine bir uygulama [Yüksek Lisans Tezi]. Çukurova Üniversitesi.
- Rynes, S. L., Brown, K. G., & Colbert, A. E. (2002). Seven common misconceptions about human resource practices: Research findings versus practitioner beliefs. *Academy of Management Executive*, 16(3), 92-103.
- Saatci, G., Gülü Demirbulat, Ö., & Avcıkurt, C. (2018, Nisan, 20-21). Turizm öğrencilerinin meslek seçimini belirleyen faktörlerin belirlenmesi: Ezine Meslek Yüksekokulu örneği. VII. Ulusal III. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı, İskenderun, Türkiye.
- Sarıışık, M., ve Şeyhanhoğlu, Ö. H. (2019). Kariyer planlaması ve kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik otel işletmelerinde bir araştırma. International Conference on Eurasian Economies.
- Sarıkaya, T., & Khorshid, L. (2009). Üniversite öğrencilerinin meslek seçimini etkileyen etmenlerin incelenmesi: Üniversite öğrencilerinin meslek seçimi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 393-423.
- Sartık, H., ve Koca Ballı, A. İ. (2020). Kişilik özelliklerinin kariyer uyum yeteneğine etkisi: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(1), 68-86.
- Sekiguchi, T. (2004). Person-organization fit and person-job fit in employee selection: A review of the literature. *Osaka Keidai Ronshu*, 54(6), 179-196.
- Starks, G. L. (2007). The effect of person-job fit on the retention of top college graduates in federal agencies. *Review of Public Personnel Administration*, 27(1), 59-70.
- Şener, D., Karaca, A., Açıkgöz, F., & Süzer, F. (2011). Hemşirelik eğitimi mesleki benlik saygısını değiştirir mi? *Düzce Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 1(3), 12-16.
- Şimşek, M. Ş., Çelik, A., Akgemci, T., & Soysal, A. (2004). *Kariyer yönetimi*. Gazi Kitabevi.
- Şükran, K. (2015). Turizm işletmelerinde çalışan personelin özellikleri ve iş tatmini. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 90-104.
- Tak, B., & Çiftçiöğlü, B. A. (2009). Üç boyutlu mesleki bağlılık ölçeğinin Türkçe'de güvenilirlik ve geçerliliğinin incelenmesine yönelik bir alan araştırması. *DEÜ İşletme Fakültesi Dergisi*, 10(1), 35-54.
- Tepeci, M. (2011). The impact of person-organization fit on employee attitudes in the hospitality industry. *Journal of Travel and Tourism Research*, 11(1), 19-35.
- Tınar, M. Y., & Ulusoy, T. (2017). Çalışma koşullarının insancalaştırılmasında çalışan memnuniyeti anketinin rolü. Uygulamadan bir örnek analizi. *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, 5, 115-125.
- Tuncer, M., & Tanış, R. (2020). Meslek yüksekokulu öğrencilerinin mesleki eğitime yönelik tutumları ve gelecek beklentileri arasındaki ilişki. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(76), 1691-1707.
- Türk Dil Kurumu (2023). Meslek kavramı. <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 15 Aralık 2023 tarihinde alınmıştır.
- Üre, Ö. (2013). Mesleki rehberlik. E. Deniz & A. Erözkan (Ed.), *Psikolojik Danışma ve Rehberlik* (s. 197-215). Maya Akademi.
- Vandenberghe, C., & Ok, A. B. (2013). Career commitment, proactive personality, and work outcomes: A cross-lagged study. *Career Development International*, 18(7), 652-672.
- Whymark, K., & Steve, E. (1999). Whose career is it anyway? Options for career management in flatter organization structures. *Career Development International*, 4(2), 117-120.

- Yavuz Eroğlu, S. ve Eroğlu, E. (2020). Career planning scale of students studied in sports sciences (CPS): Validity and reliability study. *International Journal of Progressive Education*, 16(3), 123-131.
- Yener O. (2022). Aşçılık bölümü öğrencilerinin birey meslek uyumu ve kariyer planlamaları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(4), 1621-1632.
- Yeşilyaprak, B. (1995). Mesleki gelişim kuramları üzerine bir eleştirel değerlendirme. *Gazi Üniversitesi Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2(6), 43-47.
- Yılmaz, A. (2003). İnsan kaynakları yönetiminde kariyer planlama ve Türk Patent Enstitüsünde bir uygulama. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Yılmaz, A., & Tanrıverdi, H. (2017). Aşçıların meslek uyumu ve meslek algısı düzeyleri üzerine bir araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 621-639.
- Yılmazer, A. (2010). *Meslek Yüksekokulları İçin İnsan Kaynakları Yönetimi*. Seçkin Yayıncılık.




**THE INFLUENCE OF PSYCHOLOGICAL EMPOWERMENT AS
MODERATOR BETWEEN SERVANT LEADERSHIP AND
ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION: A RESEARCH IN HOTEL
INDUSTRY**

**HİZMETKAR LİDERLİK İLE ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME ARASINDA
DÜZENLEYİCİ OLARAK PSİKOLOJİK GÜÇLENDİRMENİN ETKİSİ:
OTEL ENDÜSTRİSİNDE BİR ARAŞTIRMA**

Gaye ONAN 

Dr. Öğr. Üyesi, Mersin Üniversitesi, Anamur UTİYO, Turizm İşletmeciliği Bölümü
gayeonan@mersin.edu.tr

Alper Bahadır DALMIŞ 

Doç. Dr., Türk Hava Kurumu Üniversitesi, Ankara Havacılık MYO, Hava Lojistiği Bölümü,
abdalmis@thk.edu.tr

Geliş Tarihi: 30.05.2024 **Kabul Tarihi:** 29.06.2024

Abstract: There have been numerous studies on servant leadership, which has been proven to have positive outcomes in the service-intensive hotel sector. This research examines the impact of servant leadership on organizational identification and the moderating role of psychological empowerment. The study was conducted with 452 participants working in five hotels in Ankara. The findings demonstrate a significant and positive effect of servant leadership on organizational identification, with psychological empowerment moderating this effect. The results are in line with the literature and indicate that conducting studies in different sectors and research designs would contribute to the existing body of knowledge. Additionally, the study highlights the importance for hotel managers to focus on servant leadership and psychological empowerment.

Keywords: Servant Leadership, Organizational Identification, Psychological Empowerment

Özet: Konaklama sektöründe hizmetkar liderlik üzerine çok sayıda çalışma yapılmış ve olumlu sonuçları olduğu kanıtlanmıştır. Bu araştırma, hizmetkar liderliğin örgütsel özdeşleşme üzerindeki etkisini ve psikolojik güçlendirmenin düzenleyici rolünü incelemektedir. Araştırma Ankara'daki beş otelde çalışan 452 katılımcıyla gerçekleştirilmiştir. Bulgular, hizmetkar liderliğin örgütsel özdeşleşme üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkisi olduğunu ve psikolojik güçlendirmenin bu etkiyi hafiflettiğini göstermektedir. Sonuçlar literatürle uyumlu olup, farklı sektörlerde ve araştırma tasarımlarında çalışmaların yapılmasının mevcut bilgi birikimine katkı sağlayacağını göstermektedir. Ayrıca çalışma, otel yöneticilerinin hizmetkar liderliğe ve psikolojik güçlendirmeye odaklanmasının önemini vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Hizmetkar Liderlik, Örgütsel Özdeşleşme, Psikolojik Güçlendirme

INTRODUCTION

As hotels strive to provide exceptional service and memorable experiences to their guests, understanding the dynamics of the workforce becomes vital, as one of the most important resources is their employees (Al-Makhadmah and Al Najdawi, 2020). Research on organizational psychology in the hospitality industry, especially in hotels, is therefore important. By exploring these areas in depth, research can reveal effective strategies to attract, retain, and develop talented employees in the highly competitive hospitality industry. In this way, by integrating findings from academic studies, hotel professionals can adopt evidence-based strategies to gain competitive advantage and develop successful work environments that promote both wellbeing and guest satisfaction (Ali et al., 2023).

Systematic empirical studies are crucial to harnessing the potential of leadership research in generating compelling theories and meaningful policy implications (Hughes et al., 2018). Leadership styles have important implications for both the organization and its subordinates (Elkhwesky et al., 2018). Several studies have proven that leadership styles have different effects on organizational performance (Al Khajeh, 2018), organizational commitment, and employee turnover (Nanjundeswaraswamy and Swamy, 2014). Rabiul and Yean (2021) emphasized the need for research investigating leadership styles, especially in hotels.

One of the effective leadership styles that have come to the fore in recent years is servant leadership. The implementation of servant leadership not only improves employee performance but also fosters a positive organizational culture, leading to increased guest satisfaction and loyalty (Brownell, 2010). Hospitality organizations that adopt servant leadership can create a nurturing environment that values employee well-being and attracts top talent in a highly competitive industry (Wang et al., 2018). Ultimately, adopting the principles of servant leadership enables hospitality organizations to build a solid foundation for long-term success through high employee engagement, innovation, and a customer-centric approach to service delivery.

Organizational identification has a critical role in the hospitality industry, where employee performance and guest satisfaction are of great importance. Research shows that employees with organizational identification have lower turnover intentions (DeConinck, 2011). Moreover, high levels of organizational identification lead to increased employee commitment and job satisfaction (Mael and Ashforth, 1992), which positively affect service quality and guest experiences. Some research has highlighted the relationship between servant leadership and organizational identification in various sectors (Lythreathis et al., 2021; Lv et al., 2022). By practicing servant leadership that shows empathy, provides support, and involves employees in decision-making processes, leaders can promote belonging and a common purpose among employees and develop their organizational identity in the hotel industry (Zorlu et al., 2019). In this context, it becomes very meaningful to examine the impact of servant leadership on organizational identification.

Empowerment encompasses intrinsic motivation and employee rewards that contribute to improving working conditions (Aggarwal et al., 2018). Psychological empowerment, which includes elements such as self-efficacy, meaningful work, competence, and self-determination, significantly enhances employees' sense of empowerment (Aggarwal et al., 2019). Servant leaders aim to develop an empowering environment through their unique characteristics, such as valuing employees, building supportive relationships, and recognizing individual differences. Although research on servant leadership has increased significantly in recent years, little is still known about the mechanisms and outcomes of servant leadership (Ghalavi and Nastiezaive, 2020). Based on the existing literature, the main purpose of this study is to identify the impact of servant leadership on organizational identification and to

determine whether psychological empowerment acts as a moderator. By investigating these relationships, this study aims to advance knowledge on how servant leadership practices can enhance organizational identification and psychological empowerment in the workplace, thereby expanding the existing knowledge base.

THEORETICAL FRAMEWORK AND HYPOTHESIS DEVELOPMENT

The concept of servant leadership was coined by Robert Greenleaf and gained inspiration from Hesse's novel "Journey to the East" in 1970. The concept is based on a moral foundation and is built upon a motivation to serve (Greenleaf, 1977). Meeting the needs of people is prioritized over personal gain and material possessions for servant leaders (Van Dierendonck, 2011). According to Canavesi and Minelli (2021), servant leaders create an organizational culture with ethical principles where they collaborate with their followers to achieve established organizational goals without imposing authoritarian power.

As per Ghannam and Taamneh (2017), organizational identification refers to the process where employees recognize and embrace the organization's values and characteristics, align themselves with its goals and values, and diligently fulfill their duties. It entails employees seeing themselves as part of the organization, using it as a guiding principle in their lives, and integrating the organization's identity into their own selves, leading to a stronger emotional connection and unity with the team (Ashforth et al., 2008). This process sets the stage for the organization to have a significant impact on employees, empowering it to achieve its management objectives and resulting in improved productivity, quality, and employee contentment (Ghannam and Taamneh 2017). Therefore, organizational identification plays a role in helping an organization swiftly reach its objectives and attain success (Hamzagić, 2018). Recognizing viewpoints on identity development and how individuals connect themselves with organizations can bring clarity to a complex array of literature. It also highlights research opportunities that could lead to insights (Brown, 2017).

Although there are not many studies directly examining the impact of servant leadership on organizational identification, previous studies investigating the impact of servant leadership behaviors on organizational identification levels among organizational members have revealed remarkable findings. Zhang et al. (2012) emphasized that servant leadership is positively related to organizational identification. Nart et al.'s (2018) study revealed the existence of a positive relationship between servant leadership and organizational identification. Similarly, Omanwar and Agrawal (2022) found that servant leadership has a positive relationship with organizational identification in their research with frontline hospital employees. With these perspectives and understandings in the literature, it is assumed that servant leadership will have a significant and positive effect on employees' organizational identification levels. Based on all these, the following hypothesis has been proposed:

H1: Servant leadership significantly and positively affects organizational identification.

The concept of psychological empowerment was first introduced by Bandura (1986) with self-efficacy, which means "an individual's awareness and belief in his or her own abilities and competence." Spreitzer (1995), another researcher who has conducted important studies on psychological empowerment, defines empowerment as "a management approach that enables employees to make decisions about their work without the intervention of senior management." Empowerment is a task-oriented motivation that reflects the individual's sense of control and active participation in their work (Meng and Sun, 2019). Employees who experience psychological empowerment tend to be highly productive and can positively affect both individual and organizational outcomes. Psychological empowerment is associated with

individuals' perceptions of their competence and capabilities in an empowered work environment (Meyerson and Kline, 2008). Individuals who feel competent to perform their jobs successfully exhibit higher satisfaction, stronger commitment, lower turnover rates, and better performance compared to those with lower levels of psychological empowerment. Employees' perceptions of psychological empowerment are likely to have an impact on their organizational identity. For example, Prati and Zani (2013) found that psychological empowerment affects organizational identification. Studies exploring the moderating role of empowerment in the relationship between servant leadership and employee outcomes are also emerging in the literature. Ghalavi and Nastiezaive (2020) discovered that servant leadership has a moderating effect on organizational citizenship behavior. Similarly, Khan and colleagues (2020) found that psychological empowerment moderates the effect of servant leadership on innovative work behavior.

Psychological empowerment is a motivational state that affects the cognitive and behavioral states of subordinates. According to research, a person's sense of empowerment may strengthen their identification with their organization (Ertürk, 2010; Kahaleh and Gaither, 2007). This perspective suggests that psychological empowerment can affect organizational identification through a reciprocal process: when employees feel empowered, they are pleased with their jobs, which may increase their tendency to identify with the organization (Prati and Zani, 2013). The servant leader will ensure that subordinates become psychologically stronger by strengthening their self-confidence, competence, independence, and influence. Finally, employees who feel more psychologically empowered will more identify with their organization. Based on all this, the following hypothesis is proposed:

H2: Psychological empowerment effects organizational identification.

Servant leaders share information about business activities and overall goals, encourage the process of acquiring new skills, and give employees autonomy. At the same time, it involves employees in the decision-making process and makes employees aware of their roles in the organization (Amundsen and Martinsen, 2014). Research shows that servant leadership has a positive impact on followers' psychological capacities (Liden et al., 2008; Van Dierendonck and Nuijten, 2011). Leaders increase subordinates' sense of empowerment by enabling their personal development and focusing on their needs. They also increase their sense of autonomy through their perception of decision-making and help them understand the impact of their work on the organization. In other words, servant leaders help their subordinates to become psychologically stronger by strengthening their self-confidence, competence, independence and influence. It is known that psychologically stronger employees experience more identification (Ertürk, 2010; Kahaleh and Gaither, 2007). Based on all this, the following hypothesis is proposed:

H3: Psychological empowerment moderates the relationship between servant leadership and organizational identification.

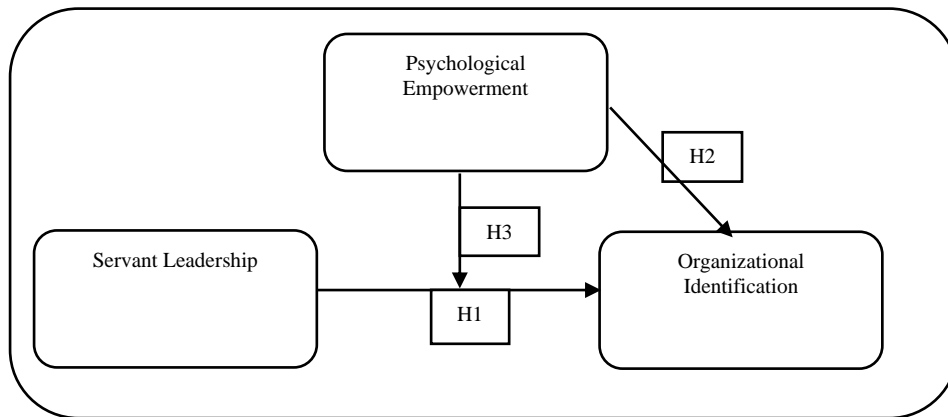
METHOD

Research Model

The study presents a conceptual framework that encompasses psychological empowerment, servant leadership, and organizational identification. The figure 1 visually represents the interconnections among these variables, providing a graphical depiction of the proposed model.

Figure 1.

Research Model



Sample and Data Collection

Research is limited to employees working in 5-star hotels located in Ankara. Data collection for the study occurred over a two-week period in February 2022. Prior to commencing the research, the researchers obtained permission from hotel managers to conduct their study. The participants consisted of employees from five hotels who agreed to participate and were given a closed-ended questionnaire. A total of 612 questionnaires (with 122 questionnaires per hotel) were distributed to the human resources department. At the end of the two-week period, the researchers collected the completed questionnaires in sealed envelopes from the human resources managers. After careful examination, 532 questionnaires were deemed suitable for analysis, while 80 questionnaires were excluded due to incompleteness (62 questionnaires) or incorrect completion (18 questionnaires). Thus, research was conducted based on 452 questionnaires, indicating a return rate of 74%. There were 167 male participants and 285 female participants. Among the participants, 136 were married, while 316 were single. (This study was carried out with the approval of the Mersin University of Social and Human Sciences Ethics Committee at its meeting dated 05.12.2023 and numbered 272). Table 1 shows the demographics of participants.

Table 1.

Demographics

Demographic Variable	Category	Frequency	Percentage (%)
Gender	Male	167	37
	Female	285	63
Marital Status	Married	136	30
	Single	316	70
Age	Under 25	98	22
	25-34	180	40
	35-44	102	23

	45 and above	72	16
Experience	Less than 1 year	50	11
	1-5 years	150	33
	6-10 years	130	29
	More than 10 years	122	27

Scales

Servant Leadership: In the study, the 7-item Servant Leadership Scale developed by Liden et al. (2015) and adapted into Turkish by Kılıç and Aydın (2016) was used. The scale uses a 5-point Likert format and includes statements such as "My manager prioritizes my interests over his/her own interests". The Cronbach's alpha score of 0.870 indicates that the Turkish version of the servant leadership scale is a valid and reliable measurement tool.

Organizational Identification: The scale developed by Van Dick et al. (2004) was used to measure organizational identification. The scale consists of seven items that assess cognitive, affective, evaluative and behavioral aspects of identification. It is designed as a five-point Likert scale measuring the level of identification with the organization.

Psychological Empowerment: The Psychological Empowerment Inventory (PEI) developed by Spreitzer (1995) and consisting of four dimensions (meaning, competence, autonomy and influence) was used. Each dimension consists of three statements. The Turkish adaptation of this scale, which is graded on a 5-point Likert scale, was conducted by Sürgevil et al. (2013).

FINDINGS

Descriptive Statistics

Confirmatory factor analysis (CFA) was performed to test the validity and reliability of the scales used in the research. For this purpose, it is first checked the normality distribution. The normality distribution of the data was tested with Kolmogorov-Smirnov Analysis, and the data was significant at the $p > .05$ level.

Table 2.

Correlations and KMO values

<i>Variables</i>	<i>Mean</i>	<i>SS</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
1. Servant Leadership	3,92	0,94			
2. Organizational Identification	4,39	0,53	0,140*		
3. Psychological Empowerment	4,35	0,47	0,208**	0,367**	
Skewness			-0,225	-0,364	-0,339
Kurtosis			0,184	0,288	0,251

Note: * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$

According to KMO analysis, the data distribution revealed that the skewness and kurtosis values fell within the range of -1.5 to +1.5, indicating a normal distribution of the data (Tabachnick et.al., 2007). Pearson correlation coefficients were utilized for the correlation analysis. According to the correlation analysis, it was concluded that the servant leadership variable had a positive and significant relationship with organizational

identification ($r = 0.140$, $p < 0.05$) and psychological empowerment ($r = 0.208$, $p < 0.01$). When examining the relationship between organizational identification and psychological empowerment ($r = 0.367$, $p < 0.01$), a significant and positive relationship was observed between the two variables. These findings indicate that all the variables addressed in the study are positively and significantly related to each other. Table 2 shows descriptive statistics and correlations.

Cronbach's alpha reliability analysis was used to measure the reliability of the scales. Cronbach's alpha values of the scales were calculated as 0.87 for the Servant Leadership Scale, 0.83 for the Organizational Identification Scale, and 0.80 for the Psychological Empowerment Scale. A scale's Cronbach's alpha coefficient between 0.60 and 0.80 indicates that the scale is moderately reliable, and a coefficient between 0.80 and 1.00 indicates that the scale is highly reliable (Kılıç, 2016). Based on this, it can be said that the reliability results of all scales used in the research are high. Cronbach's alpha values of all scales are shown in Table 3.

Determining the validity and reliability of the scales is important when testing research hypotheses. For this purpose, the construct validity of the scales is also examined. To determine the construct validity of a scale, convergent (CR) and discriminant (AVE) validity values, which provide information about the fit of the items under the same factor in the scale, are considered. In this context, $AVE = 0.70$ / $CR = 0.91$ was calculated for servant leadership, $AVE = 0.71$ / $CR = 0.81$ for organizational identification, and $AVE = 0.66$ / $CR = 0.95$ for psychological empowerment. For construct validity, the AVE value must be greater than 0.5, and the CR value must also be greater than 0.7 (Gürbüz, 2021). These results show that the construct validity of the scale meets the criteria. Also, all factor loadings are above 0.50, indicating that each item represents its factor well. Table 3 shows the factor loadings, validity-reliability, and construct validity values of the scales.

Table 3.
Descriptive Statistics

Scale	Factor	Items	Loading	S.D	T-Value	R ²	CA	CR	AVE
Servant Leadership	Empathy	Item 1	0.72	1,15	24.10**	0.72	0,87	0,91	0,70
		Item 2	0.68	1,06	25.58**	0.67			
		Item 3	0.75	1,11	26.29**	0.70			
	Listening	Item 4	0.70	0,97	27.55**	0.73			
		Item 5	0.73	0,97	23.84**	0.64			
		Item 6	0.69	0,99	24.56**	0.65			
	Inspiring	Item 7	0.74	1,00	25.91**	0.67			
		Item 8	0.77	1,02	25.22**	0.71			
		Item 9	0.71	0,97	28.05**	0.73			
	Serving	Item 10	0.76	1,05	28.24**	0.63			
		Item 11	0.78	0,99	25.41**	0.67			
		Item 12	0.74	1,00	23.22**	0.68			
Organizational Identification	Identification with Organization	Item 1	0.78	1.02	25.88**	0.61	0,83	0,89	0,71
		Item 2	0.82	1.00	26.70**	0.73			
		Item 3	0.75	1.01	23.01**	0.76			
		Item 4	0.80	1.05	21.83**	0.56			
		Item 5	0.77	0.97	27.08**	0.76			
	Emotional Attachment	Item 6	0.70	1.00	27.38**	0.68			
		Item 7	0.73	1.05	27.35**	0.78			
		Item 8	0.76	1.03	27.19**	0.70			
		Item 9	0.74	1.03	25.81**	0.71			

		Item 10	0.71	0.99	24.87**	0.66			
Psychological Empowerment	Meaning	Item 1	0.80	0.98	21.58**	0.76			
		Item 2	0.82	0.97	25.60**	0.67			
		Item 3	0.78	0.97	24.11**	0.67			
	Competence	Item 4	0.75	1.00	23.53**	0.77			
		Item 5	0.77	0.97	28.88**	0.71			
		Item 6	0.79	0.99	29.83**	0.61	0,80	0,95	0,66
	Self	Item 7	0.74	0.98	25.35**	0.69			
	Determination	Item 8	0.76	0.98	26.10**	0.61			
		Item 9	0.72	0.98	22.56**	0.73			
	Impact	Item 10	0.81	0.99	23.78**	0.69			

S.D: Standard deviation; **CA:** Cronbach Alpha; **CR:** Composite Reliability; **AVE:** Average Variance Extracted

Although fit indices such as χ^2 , CFI, RMSEA, SRMR, TLI are used to decide whether the model is compatible with the theory (Stapleton, 1997), there is no clear consensus on which standard to accept (Şimşek, 2020). In this research model fit was assessed using various indices, including the chi-square test, standardized root means square residual (SRMR), root mean square error of approximation (RMSEA), Tucker-Lewis Index (TLI), and comparative fit index (CFI). The Chi-Square (χ^2) value of the Servant Leadership Scale (250.32) shows that the model does not fit perfectly, but this statistic is quite sensitive to sample size. The goodness of fit values for this scale was calculated as RMSEA = 0.045, CFI = 0.95, TLI = 0.94, and SRMR = 0.035. The Chi-Square (χ^2) value of Organizational Identity Scale is (180.45) indicating that the model does not fit the data well. However, chi-square is sensitive to sample size. Other goodness of fit indices were calculated for the scale as RMSEA = 0.045, CFI = 0.97, TLI = 0.93, and SRMR = 0.035, respectively. Finally, the Psychological Empowerment Scale indices show that model fit indices suggest a good fit to the data. Values are respectively calculated as $\chi^2(120) = 220.15$, $p < 0.001$; RMSEA = 0.042; CFI = 0.94; TLI = 0.95; SRMR = 0.033. RMSEA and SRMR values are expected to be less than 0.08 (Şimşek, 2007). The normal value of CFI, which is based on the assumption that there is no relationship between the variables, is aimed to be above 0.95 (Şimşek, 2007). For the CFI index, values of 0.90 and above are values that can accept the model, while values of 0.95 and above reveal perfection (Sümer, 2000). The range of TLI value $0.97 \leq TLI \leq 1.00$ indicates a good fit, and the range $0.95 \leq TLI \leq 0.97$ indicates an acceptable value (Şimşek, 2020). In summary, it can be said that all goodness of fit values are acceptable.

Hypothesis Testing

To test the first hypothesis, a hierarchical regression analysis was conducted to assess the influence of servant leadership as an independent variable on organizational identification, the dependent variable. Control variables such as gender, age, and marital status were included in the analysis, followed by the examination of the effects of the independent variable. The results of the hierarchical regression analysis, in Table 4, provide insights into the impact of servant leadership on organizational identification.

The control variables (gender, age, and marital status) accounted for approximately 1% ($R^2=0.007$) of the variance in organizational identification. However, none of these control variables (gender: $\beta= 0.093$, $p<0.05$; age: $\beta= -0.087$, $p<0.05$; marital status: $\beta= 0.072$, $p<0.05$) had a significant impact on organizational identification.

In the second model, after including servant leadership in the regression analysis, approximately 7% of the variance in organizational identification could be explained ($R^2=0.070$). When the control variables were removed, it was observed that servant leadership accounted for 6% of the variance in organizational identification ($\Delta R^2= 0.063$).

The analysis revealed a significant and positive effect of servant leadership ($B= 0.149$, $p<0.05$) on organizational identification. Therefore, the first hypothesis of the study was confirmed.

Table 4.

Results of the hierarchical regression analysis conducted to examine the impact of servant leadership on organizational identification

Variables	Model-1		Model-2			
	<i>B</i>	<i>S.H.</i>	<i>B</i>	<i>B</i>	<i>S.H.</i>	β
Gender	0,079	0,053	0,093	0,076	0,052	0,088
Age	-0,031	0,011	-0,087	-0,026	0,011	-0,086
Marital Status	0,029	0,012	0,072	0,021	0,011	0,070
Servant Leadership				0,127	0,056	0,149*
R	0,088			0,278		
R ²	0,008			0,071		
Adj. R ²	0,007			0,070		
ΔR^2	0,007			0,063		

* $p<0,05$; ** $p<0,01$

A moderating variable can influence the relationship between variables, impacting both the direction and magnitude of the relationship. To establish moderation, it is important to demonstrate that the moderating variable affects the relationship between the independent and dependent variables. In the following analysis, organizational identification is the dependent variable, servant leadership is the independent variable, and psychological empowerment is the moderating variable. The analysis includes a hierarchical regression using the independent and moderating variables in the first model, while the second model incorporates an interaction value obtained by multiplying psychological empowerment and servant leadership.

Table 5 shows the results of the hierarchical regression analysis with the moderating variable. The analysis reveals that psychological empowerment has a significant and positive effect on organizational identification ($B = 0.167$, $p<0.01$). The first model accounts for 8% of the variance in organizational identification ($\text{Adj. } R^2= 0.080$), confirming the second hypothesis.

Examining the results of the second model, it is evident that psychological empowerment plays a moderating role in the impact of servant leadership on organizational identification ($B = 0.321$, $p<0.01$). The analysis using the interaction value demonstrates that approximately 3.2% of the variance in organizational identification ($\Delta R^2= 0.032$) is explained. In other words, psychological empowerment contributes to the explanation of organizational identification by 3.2% through its moderating role. Hence, the third hypothesis of the study is supported.

Overall, the results indicate that psychological empowerment significantly influences organizational identification and serves as a moderating factor in the relationship between servant leadership and organizational identification.

Table 5.

Results of the hierarchical regression analysis conducted to determine the moderating role of psychological empowerment

Variables	Model-1			Model-2		
	<i>B</i>	<i>S.H.</i>	β	<i>B</i>	<i>S.H.</i>	β
Servant Leadership	0,136	0,068	0,167**	0,148	0,067	0,180**
Psychological Empowerment X Servant Leadership				0,226	0,029	0,321**
R	0,286			0,337		
R ²	0,081			0,113		
Adj. R ²	0,080			0,112		
ΔR^2	0,080			0,032		

*p<0,05; **p<0,01

CONCLUSIONS

The human element plays a very important role in hotel businesses operating as a service-oriented business. Managing and integrating this important factor effectively is vital for maintaining service quality and organizational efficiency. The integration and identification of individuals with the organization leads to organizational identification, where individuals adopt and identify themselves in relation to the organization. In order to ensure long-term sustainability, customer satisfaction and new customer acquisition, hotel businesses need to encourage their employees to display attitudes and behaviors that demonstrate their identification with the hotel and sincerely embrace the goals and objectives of the organization. Organizational identification as a psychological factor in the employee-organization relationship has an important potential in shaping the attitudes and behaviors of individuals (Demir et al., 2015).

Many studies have been conducted on organizational identification, servant leadership and psychological empowerment in the hotel sector. Demir and Demir (2019) found the effect of psychological capital on employees' organizational identification levels in their research in the hotel sector. Similarly, Güllüce and Kahyaolu's study in 2016 revealed that there is a relationship between perceived organizational justice and organizational identification in the hotel sector. Öztürk et al.'s study in 2021 revealed the positive effect of servant leadership on job commitment and satisfaction. Elche et al. (2020) provided evidence of the impact of servant leadership on organizational citizenship behavior. However, there is no study that examines all variables at the same time and analyzes the moderating effect of organizational identification.

Eva et al. (2019) found that servant leadership has a significant effect on organizational identification. Nart et al. (2018), Zorlu et al. (2019) and Omanwar and Agrawal (2022) investigated the impact of servant leadership on organizational identification and psychological empowerment. The findings demonstrate the relationship between these characteristics and the importance of servant leadership in influencing organizational identification. Similarly, the results of this study show that servant leadership and psychological empowerment have a significant effect on organizational identification. These findings are in line with similar studies in the literature.

Finally, this study makes three important theoretical contributions to the servant leadership literature. First, it is confirmed that servant leadership has a statistically significant

and positive effect on organizational identification. This result is consistent with other studies that found that servant leadership increases employees' sense of identification (Zhang et al., 2012; Nart et al., 2018; Omanwar and Agrawal, 2022). Another contribution is the finding that psychological empowerment contributes to employees' identification with the organization. As Prati and Zani (2013) and Ghalavi and Nastiezaive (2020) found, the sense of empowerment in employees increases identification with the organization. Finally, another important contribution of the research to the literature is the determination that psychological empowerment plays a moderating role in the relationship between servant leadership and organizational identification. Although servant leadership research has gained importance in recent years, there are still areas to be explored about its mechanisms of influence. In this respect, this study differs from similar ones.

Implications

The research has important implications for hotels. Hotel management should prioritize the recruitment and development of leaders with servant leadership qualities and integrate them into selection and promotion processes to foster a servant leadership culture within the organization. It is also recommended to invest in training programs to develop servant leadership skills among current and future leaders.

Creating a positive psychological environment is crucial for employees to develop a strong sense of organizational identity. Management can support this by encouraging open communication, building trust and prioritizing employee well-being. It can also enhance the psychological environment and strengthen the bond between employees and the organization by providing resources for personal and professional development and supporting employee initiatives. Recognition and appreciation of employees' contributions through recognition programs is also important for the development of corporate identity. In summary, the research suggests that the hotel industry should focus on selecting and developing servant leaders, providing training programs, creating a positive psychological environment, and implementing recognition initiatives to enhance employees' sense of corporate identity.

Limitations

The study has some limitations that need to be acknowledged. The use of a cross-sectional design limits the ability to find causality and understand the dynamic nature of the relationships studied. A longitudinal study would provide more comprehensive and accurate information. In addition, potential biases such as common method bias and social desirability may have affected the results. Reliance on self-reported data collected cross-sectionally from the same sources increases the likelihood of these biases. Future research could use alternative data collection methods or combine multiple data sources to reduce these biases and increase the validity of the findings. It was assumed that participants responded honestly to the questionnaire as they were assured that the results would only be used for scientific purposes. It was also assumed that the participants understood all the survey questions correctly. The absence of face-to-face delivery of the questionnaires to the employees in the study could have led to more reliable results. In addition, the limitations of the study include the special focus on the hospitality sector and its application in Ankara. Overcoming these limitations and making a significant contribution to the understanding of organizational identification can be achieved by selecting different concepts and conducting studies in different industries or in different locations in future research.

Ethics Committee Approval

This study was carried out the decision of Mersin University of Social And Human Sciences Ethics Committee at its meeting dated 05.12.2023 and numbered 272.

REFERENCES

- Aggarwal, A., Dhaliwal, R. S., and Nobi, K. (2018). Impact of structural empowerment on organizational commitment: The moderating role of women's psychological empowerment. *Vision*, 22, 284–294.
- Aggarwal, A., Mittal, A., and Rasheed, M. A. (2019). A thematic analysis of employee competencies in an uncertain business environment: a study on the Indian infrastructure sector. *J. Adv. Res. Dyn. Control Syst.* 11, 1289–1301.
- Al Khajeh, E. H. (2018). Impact of leadership styles on organizational performance. *Journal of Human Resources Management Research*, 1-10.
- Ali, U., Arasli, H., Arasli, F., Saydam, M. B., Capkiner, E., Aksoy, E., & Atai, G. (2023). Determinants and impacts of quality attributes on guest perceptions in Norwegian Green Hotels. *Sustainability*, 15(6), 2-29.
- Al-Makhadmah, I. M., Al Najdawi, B. M., & Al-Muala, I. M. (2020). Impact of psychological empowerment on the performance of employees in the four-and five-star hotel sector in the Dead Sea–Jordan tourist area. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 30, 896-904.
- Amundsen, S., & Martinsen, Ø. L. (2014). Linking empowering leadership to job satisfaction, work effort, and creativity: The role of self-leadership and psychological empowerment. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 21(3), 281-292.
- Ashforth, B. E., Harrison, S. H. & Corley, K. G. (2008). Identification in organizations: An examination of four fundamental questions. *Journal of Management*, 34(3), 325-374.
- Bandura, A. (1986). The explanatory and predictive scope of self-efficacy theory. *Journal Of Social And Clinical Psychology*, 4(3), 359-373.
- Brown A.D. (2017) Identity work and organizational identification. *International Journal of Management Reviews*, 19(3), 296-317.
- Brownell, J. (2010). Leadership in the service of hospitality. *Cornell Hospitality Quarterly*, 51 (3), 363-378.
- Canavesi, A., & Minelli, E. (2022). Servant leadership and employee engagement: A qualitative study. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 34(4), 413-435.
- DeConinck, J. B. (2011). The effects of ethical climate on organizational identification, supervisory trust, and turnover among salespeople. *Journal of Business Research*, 64(6), 617-624.
- Demir M, Demir Ş.Ş. & Nield K. (2015). The relationship between person-organization fit, organizational identification and work outcomes. *Journal of Business Economics and Management*, 16 (2), 369-386.
- Demir, M., & Demir, Ş. Ş. (2019). The effects of psychological capital on employees' organizational identification in hotels. *Journal of Tourism Theory and Research*, 5(3), 355-369.
- Elche, D., Ruiz-Palomino, P., & Linuesa-Langreo, J. (2020). Servant leadership and organizational citizenship behavior: The moderating effect of empathy and service climate. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(6), 2035-2053.
- Elkhwesky, Z., Salem, I. E., & Barakat, M. (2018). Age diversity management in five-star hotels: Importance-implementation analysis. *Journal of Tourism Research*, 20, 74-88.
- Ertürk, A. (2010). Exploring predictors of organizational identification: Moderating role of trust on the associations between empowerment, organizational support, and identification. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 19, 409–441.
- Eva, N., Robin, M., Sendjaya, S., Van Dierendonck, D., & Liden, R. C. (2019). Servant leadership: A systematic review and call for future research. *The Leadership Quarterly*, 30(1), 111-132.
- Ghalavi, Z., & Nastiezaie, N. (2020). Relationship of servant leadership and organizational citizenship behavior with regulation of psychological empowerment. *Eurasian Journal of Educational Research*, 20(89), 241-264.
- Ghannam, A. A. & Taamneh, M. M. (2017). The impact of organizational identification on organizational commitment among governmental employees in Jordan. *International Review of Management and Business Research*, 6(3), 1026-1034.
- Greenleaf, R. K. (1977). *Servant Leadership: A Journey into the Nature of Legitimate Power and Greatness*. Paulist Press, Mahwah, NJ.

- Güllüce, A. C., & Kahyaoglu, M. (2016). Correlation between organizational justice perception and organizational identification: a case study in the hotels of the Urartu culture and tourism development region. *International Journal of Business Administration*, 7(3), 123-131.
- Gürbüz, S. (2021). *AMOS ile yapısal eşitlik modellemesi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hamzagić, E. (2018). The importance of the organizational identification in forming organizational perception. *International Review* (1-2), 31-38.
- Hughes, D. J., Lee, A., Tian, A. W., Newman, A., & Legood, A. (2018). Leadership, creativity, and innovation: A critical review and practical recommendations. *The Leadership Quarterly*, 29(5), 549- 569.
- Kahaleh, A., & Gaither, C. (2007). The effects of work setting on pharmacists' empowerment and organizational behaviors. *Research in Social and Administrative Pharmacy*, 3, 199-222.
- Khan, N. A., Khan, A. N., Soomro, M. A., & Khan, S. K. (2020). Transformational leadership and civic virtue behavior: Valuing act of thriving and emotional exhaustion in the hotel industry. *Asia Pacific Management Review*, 25(4), 216-225.
- Kılıç, S. (2016). Cronbach'ın alfa güvenirlik katsayısı. *Journal of Mood Disorders*, 6(1), 47-48.
- Kılıç, K. C., & Aydın, Y. (2016). Hizmetkâr liderlik ölçeğinin Türkçe uyarlaması: Güvenirlik ve geçerlik çalışması. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 18 (30), 106 –113.
- Liden, R. C., Wayne, S. J., Zhao, H., & Henderson, D. (2008). Servant leadership: Development of a multidimensional measure and multi-level assessment. *The Leadership Quarterly*, 19(2), 161-177.
- Liden, R. C., Wayne, S. J., Meuser, J. D., Hu, J., Wu, J., & Liao, C. (2015). Servant leadership: Validation of a short form of the SL-28. *The Leadership Quarterly*, 26(2), 254-269.
- Lv, W. Q., Shen, L. C., Tsai, C. H. K., Su, C. H. J., Kim, H. J., & Chen, M. H. (2022). Servant leadership elevates supervisor-subordinate guanxi: An investigation of psychological safety and organizational identification. *International Journal of Hospitality Management*, 101, 103114.
- Lythreathis, S., Mostafa, A. M. S., Pereira, V., Wang, X., & Del Giudice, M. (2021). Servant leadership, CSR perceptions, moral meaningfulness and organizational identification-evidence from the Middle East. *International Business Review*, 30(5), 101772.
- Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of organizational Behavior*, 13(2), 103-123.
- Meng, Q. & Sun, F. (2019). The impact of psychological empowerment on work engagement among university faculty members in China. *Psychology Research and Behavior Management*, 18(12), 983-990.
- Meyerson, S. L. & Kline, T. J. B. (2008). Psychological and environmental empowerment: Antecedents and consequences. *Leadership & Organization Development Journal*, 29(5), 444-460.
- Nanjundeswaraswamy, T. S., & Swamy, D. R. (2014). Leadership styles. *Advances in Management*, 7(2), 57-62.
- Nart, S., Yaprak, B., Yıldırım, Y. T., & Sarihan, A. Y. (2018). The relationship of diversity management and servant leadership with organizational identification and creativity in multinational enterprises. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, (637), 31-47.
- Omanwar, S. P., & Agrawal, R. K. (2022). Servant leadership, organizational identification and turnover intention: an empirical study in hospitals. *International Journal of Organizational Analysis*, 30(2), 239-258.
- Öztürk, A., Karatepe, O. M., & Okumus, F. (2021). The effect of servant leadership on hotel employees' behavioral consequences: Work engagement versus job satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 97, 102994.
- Prati, G., & Zani, B. (2013). The relationship between psychological empowerment and organizational identification. *Journal of Community Psychology*, 41(7), 851-866.
- Rabiul, M. K., & Yean, T. F. (2021). Leadership styles, motivating language, and work engagement: An empirical investigation of the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102712.
- Schuh, S. C., Egold, N. W. & Dick, R. V. (2012) Towards understanding the role of organizational identification in service settings: A multilevel study spanning leaders, service employees, and customers. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 21 (4), 547-574
- Spreitzer, G. M. (1995). Psychological empowerment in the workplace: Dimensions, measurement, and validation. *Academy Of Management Journal*, 38(5), 1442-1465.

- Stapleton, C. D. (1997). *Basic concepts and procedures of confirmatory factor analysis*. Texas A&M University.
- Sürgevil, O., Tolay, E., & Topoyan, M. (2013). Yapısal güçlendirme ve psikolojik güçlendirme ölçeklerinin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri. *Journal of Yasar University*, 8(31), 5371-5391.
- Sümer, N. (2000). Yapısal eşitlik modelleri: Temel kavramlar ve örnek uygulamalar. *Türk Psikoloji Yazıları*, 3 (6), 49-54.
- Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş, Temel İlkeler ve LISREL Uygulamaları*. Ankara: Ekinoks Eğitim ve Danışmanlık Hizmetleri
- Şimşek, Ö. F. (2020). *Yapısal eşitlik modellemesine giriş: Temel ilkeler ve LISREL uygulamaları*. Ankara: Ekinoks Eğitim ve Danışmanlık Hizmetleri
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2007). *Using multivariate statistics (Fifth ed.)*. Boston, MA Allyn and Bacon.
- Van Dick, R., Wagner, U., Stellmacher, J. & Christ, O. (2004). The utility of a broader conceptualization of organizational identification: Which aspects really matter? *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77, 171-191.
- Van Dierendonck, D. & Nuijten, I. (2011). The servant leadership survey: Development and validation of a multidimensional measure. *Journal of Business and Psychology*, 26(3), 249–267.
- Wang, Z., Xu, H. and Liu, Y. (2018). Servant leadership as a driver of employee service performance: Test of a trickle-down model and its boundary conditions. *Human Relations*, 71 (9), 1179-1203.
- Zhang, H., Kwan, H. K., Everett, A. M., & Jian, Z. (2012). Servant leadership, organizational identification, and work-to-family enrichment: The moderating role of work climate for sharing family concerns. *Human Resource Management*, 51 (5), 747–768.
- Zorlu, Ö., Avan, A., & Baytok, A. (2019). The effect of servant leadership on psychological empowerment and organizational identification. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 293-309.