

Akış Deneyiminin Memnuniyet Üzerine Etkisi: Tatil Deneyimi Üzerine İnceleme

Effects of Flow Experience on Satisfaction: An Examination on Vacation Experience

Sezer KARASAKAL*

* Arş. Gör. Dr., Antalya Bilim Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Çıplaklı Mah. Akdeniz Bulvarı No: 290 A, 07190, Döşemealtı, Antalya.

E-posta: sezer.karasakal@antalya.edu.tr

ORCID: 0000-0002-4713-2735

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 4 Mart 2019

Düzeltilme: 8 Haziran 2019

Düzeltilme: 24 Ağustos 2019

Düzeltilme: 17 Eylül 2019

Kabul: 24 Eylül 2019

Anahtar sözcükler: Akış deneyimi,
Memnuniyet, Turizm deneyimi,
Turizm, PLS.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 4 March 2019

Resubmitted: 8 June 2019

Resubmitted: 24 August 2019

Resubmitted: 17 September 2019

Accepted: 24 September 2019

Key words: Flow experience,
Satisfaction, Tourism experience,
Tourism, PLS.

ÖZ

Ulusal yazında turistlerin algılarını ortaya koymaya yönelik çok fazla araştırma bulunmasına karşın, akış deneyimini ele alan çalışma sayısı oldukça azdır. Akış, dinlence eyleminin çekirdeğini oluşturmakta ve kişilerin mutlulukları ile memnuniyetlerine etki edebilmektedir. Bu çalışma, akış deneyiminin (zamanın dönüşümü, ootelik deneyim, öz bilinç kaybı, odaklanma) memnuniyet üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamıştır. Çalışmada, turistlerden 317 kullanılabilir anket elde edilmiştir ve kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesi (PLS-SEM) ile test edilmiştir. Sonuç olarak, ootelik deneyim ile öz bilinç kaybının turistlerin memnuniyetleri üzerinde etkili olduğu ortaya konmuştur. Elde edilen bulgular ışığında, teorik ve uygulamaya yönelik önerilerde bulunulmuştur.

ABSTRACT

Although past researches have investigated tourists' perception, there is lack of study focusing on flow experience in the Turkish tourism context. Flow is core component of leisure activity that can affect individuals' happiness and satisfaction. This study examines the relationship between flow (time distortion, autotelic experience, loss of self-consciousness, concentration) and satisfaction. A total of 317 usable surveys were obtained from tourists and analyzed with partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). The results revealed that autotelic experience and loss of self-consciousness influence tourist satisfaction. According to the results, theoretical and practical suggestions were given.

GİRİŞ

Destinasyonlarda bulunan çekicilikler ekonomik ve sosyal avantaj sağlamanın yanı sıra turistlerin tatil deneyimleri üzerinde de etkilidirler (Vengesaı 2003). Seyahatleri boyunca fiziksel, duygusal ve mental olarak bir deneyim sürecine dahil olan turistler zaman, mekân kavramını yitirdikleri ve içinde bulunduğu eyleme kendisini tam olarak verdikleri akış durumuna geçebilirler (Çetin ve Bilgihan 2016). Turist bir aktiviteye kendi-

ni verdiği ve bu aktiviteyi kendi içsel ilgisi ile gerçekleştirdiğinde akış deneyimi yaşayabilmektedir. Bireyler bu tür aktiviteler esnasında zamanın nasıl geçtiğini bilememekte ve heyecan içeren duygular yaşamaktadırlar (Coffey ve Csikszentmihalyi 2016). Chen vd. (2017) müzelerin, tarihi yapıların, kültürel miras çekiciliklerinin, sanatsal ürünlerin ve manzaranın ziyaretçilerin akış deneyimi yaşamalarına etki edebileceklerini belirtmişlerdir. Dolayısıyla, destinasyon çeki-

liklerinin turistlerin akış yaşamaları üzerinde etkili oldukları söylenebilir.

Yazında, akış deneyimi ile tırmanma (Tsaur vd. 2013), paraşütle atlama (Ayazlar 2015; Ayazlar ve Yüksel 2018), rafting (Wu ve Liang 2011) gibi macera temelli turistik etkinlikleri inceleyen araştırmaların yanı sıra, sınırlı sayıda olmakla birlikte genel turizm deneyiminin (Chen vd. 2017; Kim ve Thapa 2018) incelendiği araştırmalar da bulunmaktadır, fakat bu çalışmalarda akış deneyimi boyutlarının ele alınma şekli farklılıklar göstermektedir. Kimi çalışma akış deneyimini tek boyut altında (Chen vd. 2017; Kim ve Thapa 2018) incelerken, kimi çalışma da birden fazla boyut ile (Qunming vd 2017) ele almıştır. Akış deneyimi boyutlarının ele alınma şekli tartışmalı bir konu (Ayazlar ve Yüksel 2018) olmakla birlikte, turizm alanında incelenen akış deneyiminin birden fazla boyutla ele alınması önemli olacaktır.

Akış halinde olan bir kişi mutlu olmakta ve tatmin yaşamaktadır (Diener 1984'ten aktaran Chen vd. 2017). Kişilerin mutluluğuna neden olan akış deneyiminin (Tsaur vd. 2013) destinasyonların başarıları için önemli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca, akış deneyiminin yerli yazında incelenmesi turizm sektörü yöneticileri, araştırmacılar ve toplum açısından faydalı çıktılar sağlayacağı düşünülmektedir, çünkü çevresel unsurlar ziyaretçilerin akış yaşamaları üzerinde etkili olabileceği gibi, akış halinde olan bir kişi tekrar o destinasyona gelme eğilimi gösterebilir. Yerli yazında akış deneyimini turizm bağlamında ele alan araştırmaya rastlanmamıştır. Bu bakımdan ele alınan bu araştırmanın katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışmada, akış deneyimi turizm bağlamında ele alınacak olup, turistlerin destinasyonda geçirdikleri süre içerisinde akış deneyimi yaşayıp yaşamadıkları incelenecektir ve akış deneyimi boyutları olan, öz bilinç kaybı, zamanın dönüşümü, ototelik deneyim (içsel ilgi) ve odaklanma boyutlarının memnuniyet üzerindeki etkisi ele alınacaktır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde, akış deneyimi ile ilgili genel bir bilgi verildikten sonra akış deneyiminin turizm ve memnuniyet ile ilişkisi incelenecektir.

Akış Deneyimi

Akış durumu, akış halinde bulunma, optimal deneyim gibi farklı kavramlarla ifade edilen akış deneyimi, bireyin içinde bulunduğu eyleme tam olarak kendini verdiği ve çevresinde olup biten eylemleri istemsiz olarak göz ardı ettiği bir durumdur (Csikszentmihalyi 1990). Chen vd. (2000) akış deneyimini bireylerin tam bir konsantrasyon halinde oldukları, içsel ilgi yaşadıkları ve zaman kavramının değiştiği, haz alınan bir eylem olarak ifade etmişlerdir. Akış deneyimi sırasında, öz-bilinç kaybı, kontrol, açık hedef ve geri bildirimler aracılığı ile kişinin farkındalık algısı daralmakta (yaptığı eyleme odaklanmakta) böylece eylem ile ilgisiz algı ve düşünceler filtrelenmektedir (Csikszentmihalyi 1977). Csikszentmihalyi (1997), akış deneyimini dokuz boyut altında ele almıştır. Bunlar; açık hedefler, açık geribildirim, meydan okuma-yetkinlik dengesi, odaklanma, kontrol hissi, öz bilinç kaybı, zamanın dönüşümü, ototelik deneyim/içsel ilgi ile eylem ve farkındalığın birleşmesidir.

Akış çalışmalarının ilk ortaya konduğu günden günümüze, kanal modelleri (üç, dört ve sekiz kanallı modeller) ile nedensel modeller olmak üzere iki şekilde ele alındığı görülmüştür ve kanal modelleri, akışın yaşanabilmesinde öncül olarak meydan okuma ve yetkinlik dengesini kabul etmiştir (Özkara ve Özmen 2016). Nedensel modellerde ise farklı akış deneyimi boyutlarının yanı sıra eyleme ilişkin çeşitli özelliklerin de öncül olarak ele alındığı görülmektedir. Akış deneyimi, web (O'cass ve Carlson 2010), otel rezervasyonu (Bilgihan vd. 2015), rekreasyon (Kaya vd. 2015), mobil oyun (Su vd. 2016), doğa yürüyüşü (Cheng vd. 2016) ve sosyal medya kullanımı (Pelet vd. 2017) gibi birçok alanda ele alınmıştır. Yapılan bu araştırmalarda, genel olarak akış deneyimi boyutları farklılık göstermekle birlikte, bir fikir birliğine varılamadığı görülmektedir (Ayazlar ve Yüksel 2018).

Akış Deneyimi ve Turizm

Turistler destinasyonların sahip oldukları özellikleri dikkate alarak çeşitli etkinliklere katılmayı ve böylece tatillerini en iyi şekilde geçirmeyi hedefledikleri söylenebilir. Destinasyonlarda turistlerle-

rin etkin olmalarını sağlayacak, yüzme, bisiklet sürme, yürüyüş, gezip-görme (Zátori vd. 2017) alışveriş, eğlenme, tırmanma, su sporları gibi birçok etkinliği içerebilmektedir. Akış deneyimi, etkin ve/veya yaratıcı bir eylem olması koşuluyla, kişiye bakılmaksızın herkes tarafından yaşanabilmektedir (Csikszentmihalyi 1997). Coffey ve Csikszentmihalyi (2016) turistler tarafından da akış deneyimi yaşanabileceğini ifade etmişlerdir. Akış deneyiminin oluşabilmesi için eylemin zorluğu ve kişinin yetkinliğinin eşit olması gerekmektedir (Frochot vd. 2017). Turizm özelinden bakıldığında, turistler için dil (iletişim), kurallar, kalabalık, güvenlik, alışveriş, trafik gibi faktörler meydan okuyucu (zorluk) unsurlar olabilmektedir (Çetin ve Bilgihan 2016). Turistlerin ise bölgeyi daha önce ziyaret etmeleri, kültüre yakınlık duymaları, yeniliklere açık olmaları gibi yetkinliklere sahip olmaları, bu gibi zorlukların üstesinden gelmelerinde yardımcı olabilir.

Akış deneyiminin turizm kapsamında ele alınma şeklini incelediğimizde genel turizm deneyimi ve alt etkinlikler (yürüyüş, paraşütle atlama, rafting gibi) olarak iki farklı alanda incelendiği görülmektedir. Akış deneyimini genel turizm alanına uygulayan ilk araştırmacılardan biri Filep (2008) olmuştur. Filep (2008), Avustralya'dan İspanya'ya eğitim için bir yıllığına giden 20 öğrenci ile yaptığı araştırmasında, öğrencilerin İspanya'da buldukları süre içerisinde yaptıkları turistik deneyimleri kompozisyon olarak yazmalarını istemiştir. İçerik analizi ile akış deneyimine ait dokuz boyutu tek tek ele almıştır. Elde edilen bulgular, dil ve kültür farklılıklarının meydan okuma-yetkinlik dengesi boyutuna işaret ettiğini ifade etmiştir. Ayrıca, zamanın dönüşümü, ototelik deneyim, öz bilinç kaybı, odaklanma, meydan okuma-yetkinlik dengesi, açık geri bildirim, açık hedefler ve eylem ve farkındalığın birleşimi boyutlarının katılımcıların tarafından yaşandığını ortaya koymuştur. Akış kuramını genel turizm deneyimi alanında ele alan diğer bir çalışma Kim ve Thapa (2018) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma, Güney Kore'nin Jeju adasında eko-seyahat paketi alan 300 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların algıladıkları değerler (kalite, duygusal, fiyat ve sosyal) mem-

nuniyete ve akış deneyimine etkisi ölçülmüştür. Çalışma sonucunda, algılanan değer boyutları olan kalite, duygusal ve sosyal unsurların akış deneyimine etkisi olduğu belirlenmiştir. Ayrıca akış deneyiminin memnuniyete, çevresel sorumlu davranışa ve destinasyon sadakatine önemli düzeyde etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Çin'de kayak bölgesinde bulunan 324 eko-turist üzerinde yapılan araştırmada akış deneyimi boyutlarından; odaklanma, öz bilinç kaybı, zamanın dönüşümü, ototelik deneyim, meydan okuma-yetkinlik dengesi kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, ele alınan akış deneyimi boyutlarından zamanın dönüşümü, ototelik deneyim ve meydan okuma-yetkinlik dengesinin olumlu duyguyu etkilediği, eko-turistlerin sadakatine ise odaklanma/dikkati verme ve ototelik deneyimin etki ettiği ortaya konmuştur (Qunming vd. 2017). Macera temelli çalışmalara bakıldığında, Tayvan'da rafting yapan kişileri ele alan Wu ve Liang (2011) meydan okuma, yetenek ve eğlenme boyutlarını akış deneyiminin yaşanmasını sağlayan öncüller olarak belirlenmiştir. Akış deneyiminin boyutları ise kontrol, odaklanma/dikkati verme, zamanın dönüşümü olarak belirlenmiştir. Sonuç olarak, öncül boyutların (meydan okuma, yetenek ve oyunculuk) akış deneyimini (kontrol, odaklanma/dikkati verme, zamanın dönüşümü) önemli ve olumlu anlamda etkilediğini, akış deneyiminin de olumlu duygu ve memnuniyet üzerinde olumlu etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur (Wu ve Liang 2011).

Tsaur vd. (2013), dağ tırmanışında akış deneyimini inceledikleri çalışmalarında, kişinin sınırlarının ve algısının ötesinde bir kavram olarak tanımladığı üstün deneyimi akışın öncülü, mutluluğu ise üstün deneyiminin sonucu olarak ele almışlardır. Üstün deneyim, akış deneyimi ve mutluluk arasındaki ilişki anlamlı ve olumlu çıkmıştır. Diğer bir ifade ile üstün deneyim akışa yol açmakta ve akış deneyimi de dağcılarının mutluluğu elde etmesinde önemli bir neden olmaktadır.

Ayazlar (2015) çalışmasında, paraşütle atlama yapan kişilerin akış deneyimlerini incelemiştir. Akış deneyimi öncülleri olarak; meydan okuma-yetkinlik dengesi, odaklanma, heyecan arama ve

kontrol boyutlarını ele alınmıştır. Akış deneyiminin özellikleri olarak ise zamanın dönüşümünü ve öz bilinç kaybını, sonuç olarak ise deneyim boyutunu irdelemiştir. Ayrıca bireylerin yaptıkları eylemlerde doyuma ulaşmalarının, yaşam doyumlarına olumlu yönde katkı sağlayacağı varsayımıyla deneyim boyutunun yaşam doyumuna etkisi de ele alınmıştır. Araştırma bulgularında, paraşütle atlama eyleminde öncül olarak ele alınan boyutlardan meydan okuma-yetkinlik dengesi, yoğunlaşma ve heyecan aramanın akış deneyimini olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Diğer bir bulgu ise yamaç paraşütünde akış yaşayan turistlerin bu deneyimden doyum elde ettiklerini belirtmektedir. Bir diğer paraşütle atlama çalışması, Ayazlar ve Yüksel (2018) tarafından incelenmiştir. Meydan okuma-yetkinlik dengesi, odaklanma ve heyecan arama boyutlarının paraşütle atlama yapan kişilerin akış deneyimi yaşamalarında etkili olduğu ortaya çıkmıştır (Ayazlar ve Yüksel 2018). Ele alınan bu çalışmada, akış deneyimine ait boyutların farklı şekilde ele alındığı görülmektedir. Bağımsız değişkenler olarak akışa ait üç boyuta yer verilirken, bir diğer akış boyutu olan zamanın dönüşümü, akış deneyimi olarak isimlendirilmiş ve aracılık etkisine bakılmıştır.

Cheng vd. (2016) boş zaman katılımının akış deneyimine etkisini Tayvan'da bulunan Shoushan Milli Park'ında doğa yürüyüşü yapan 409 kişi üzerinde test etmişlerdir. Akış deneyimi üç boyut ile ele alınmıştır; meydan okuma-yetkinlik dengesi, duygu ve öz-olumlama. Bulgular, boş zaman katılımının akış deneyimi ile olumlu ve anlamlı bir şekilde ilişkili olduğunu ve doğa yürüyüşü yapan kişilerin psikolojik bağlılıklarının akış deneyimine olumlu etkisi olduğunu ortaya koymuştur (Cheng vd. 2016). Diğer bir yürüyüş alanında yapılan çalışma da Kapadokya'da ele alınmıştır. Çalışmada, akış deneyimi boyutları kapılma, odaklanma ve kendinelik olarak isimlendirilmiştir. Sonuç olarak, kapılma ve kendinelik boyutlarının yürüyüşün hem işlevsel değerine hem de duygusal değerine anlamlı şekilde etki ettiği belirlenmiştir (Çeşmeci 2018).

Ele alınan çalışmalara bakıldığında, turizm ve akış deneyimi çalışmalarının önemli bir kısmı,

turistik ürün olan ve nispeten kısa süreliğine gerçekleşen eylemler (örn, rafting, tırmanma) üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu çalışmaların da yoğunluk olarak meydan okuma-yetkinlik dengesi, kontrol, odaklanma ve zamanın dönüşümü boyutlarına yer verildiği görülmektedir. Diğer yandan, karmaşık ve kapsamlı bir teori olan akışın tek boyutlu (unidimensional) olarak ele alındığı da görülmektedir. Çalışmalarda, akış deneyiminin/boyutlarının hem bağımlı hem de bağımsız değişken olarak yer verilmesinin yanında, aracılık rolünün de incelendiği görülmektedir. Chen vd. (2000) akış deneyiminin kısa süreli eylemlerde gerçekleşebileceğini ifade etmesine karşın, nispeten uzun bir zamanı ifade eden ve günlerce sürebilen turizm deneyimi çalışmalarının da ortaya konmasının, akış deneyimi yazınına önemli katkı sağladığı düşünülmektedir.

Akış Deneyimi ve Memnuniyet İlişkisi

Memnuniyet, tüketicilerin beklentileri ile tüketim sonrası ortaya çıkan algılarının karşılaştırması neticesinde ortaya çıkan ruhsal durum olarak ifade edilmektedir (Oliver 1981). Turizm alanında ise bireylerin tatil öncesi beklentileri ile tatil sonrasında gerçekleşen turizm deneyimi arasındaki fark olarak tanımlanabilir. Diğer bir ifadeyle turist, tatil sonrasında elde ettiği deneyimleri ile beklentilerini karşılaştırdığında haz duyuyorsa memnun olduğu, aksi halde ise memnun olmadığı söylenebilir (İlban vd. 2016). Akış deneyimi ve memnuniyet arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır (Ghani vd. 1991) ve memnuniyetin destinasyon sadakati (Wu ve Liang 2011) ve tekrar ziyaret (Chen ve Chen 2010) üzerinde önemli düzeyde etkili olduğu, yapılan çeşitli çalışmalarda ortaya konmuştur. Chen vd. (2017), Myanmar'da gerçekleştirdikleri çalışmalarında, akış deneyiminin memnuniyete etkisi olduğunu ortaya koymuşlardır. Benzer şekilde, Kim ve Thapa da (2018), akış deneyiminin memnuniyete etkisi olduğunu belirtmişlerdir. Yukarıda söz edilen bulgulardan yola çıkarak, akış deneyiminin memnuniyet üzerinde etkili olduğu görülmektedir ve bu bilgiler ışığında akış deneyimi boyutları ile memnuniyet arasında oluşturulan hipotezler aşağıda sunulmuştur:

H₁= Zamanın dönüşümü turistlerin memnuniyetleri üzerinde etkilidir.

H₂= Ototelik deneyim turistlerin memnuniyetleri üzerinde etkilidir.

H₃= Öz bilinç kaybı turistlerin memnuniyetleri üzerinde etkilidir.

H₄= Odaklanma turistlerin memnuniyetleri üzerinde etkilidir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu araştırmada nicel yöntem temel alınmıştır. Nicel yöntem, belirli bir örneklem grubundan elde edilen verilerden yola çıkarak, değişkenler arasındaki ilişkileri ve farklılıkları ortaya koyarak, elde edilen bulguları objektif bir şekilde genellenebilir hale getirmeyi amaçlayan bir yaklaşımdır (Gall vd. 1996). Veri toplama aracı olarak anket tercih edilmiş olup, dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, katılımcıların tatilleri esnasında akış durumlarını ölçmek amacıyla Değiştirilmiş Akış Durumu Ölçeği'ne (Modified Flow State Scale) ait 16 ifadeden oluşan dört boyut kullanılmıştır (Filep 2009). İkinci bölümde, katılımcıların genel memnuniyetini ölçmek için Veasna vd.'nin (2013) araştırmalarından elde edilen beş ifadeye yer verilmiştir. Üçüncü bölümde, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi ve mesleki unvana yönelik beş soruya yer verilmiştir. Dördüncü bölümde ise tatilleri ile ilgili detayları belirlemek amacıyla dört soru yer almıştır (örn. Tatilinizi kiminle geçirdiniz?). Akış durumu ve genel memnuniyet önermeleri 7'li Likert tipi ölçek ile değerlendirilmiştir (1: Kesinlikle katılmıyorum; 7: Kesinlikle katılıyorum). Ankette yer alan ifadeler iki uzman tarafından İngilizceden Türkçeye çevrilmiştir. Daha sonra 22 kişi ile pilot test yapılarak, anlaşılması güç olan ifadeler sadeleştirilmiştir. Araştırmanın amaçlarına ulaşmak için, 2018 yaz sezonunda tatil amacıyla yurt içi veya yurt dışına seyahate çıkan üniversite personelinin deneyimlerinden yararlanılmıştır. Hedef kitle olarak üniversite personelinin seçilmesinin başlıca sebebi, kolay ulaşılabilir olmaları (Kocabulut ve Albayrak 2017) ve yaz döneminde yılın diğer zamanlarına göre daha sık tatil yapma fırsatları elde ettiklerinin düşünülmesidir. Oluş-

turulan anket, çevrimiçi anket toplama hizmeti sağlayan bir web sitesine yüklenmiştir. Üniversite web siteleri ziyaret edilerek 5057, (3876 akademik personel, 1181 idari personel) elektronik posta adresi elde edilmiştir. E-posta adreslerine 06.11.2018-14.12.2018 tarihleri arasında, çalışmanın amacını açıklayan ve gönüllü katılımlarını isteyen bir içerik ile birlikte anket linki paylaşılmıştır. Veri toplama süreci sonunda 317 adet ankete ulaşılmıştır. Buna göre anketin cevaplanma oranı yüzde 6,2 olmuştur. Hinkin (1995), bir çalışma için yeterli örneklem sayısının belirlenmesinde soru formunda bulunan ifadelerin en az 10 katına ulaşılmasının yeterli olacağını ifade etmiştir. Soru formunda 21 ifade bulunmasından dolayı, çalışma için gerekli örneklem sayısının en az 210 olması gerektiği görülmektedir. Dolayısıyla, bu çalışma kapsamında ulaşılan örneklem sayısının yeterli düzeyde olduğu söylenebilir.

BULGULAR

İlk olarak, katılımcıların demografik özellikleri incelenmiştir. Katılımcıların yüzde 53,6'sı erkek, yüzde 65,7'si evli, yüzde 31,2'si 33-40 yaş arasındadır. Dr. Öğretim Üyesi oranı yüzde 25,6'dır, ayrıca katılımcıların yüzde 14,4'ü idari personelidir. Katılımcıların çoğunluğu doktora derecesine (yüzde 60,6) sahiptir. Katılımcıların tatilleri ile ilgili detaylara bakıldığında, çoğunlukla aile üyeleri (yüzde 73,2) ile birlikte tatile çıktıkları ve tatillerini yurt içinde (yüzde 78,2) yaptıkları görülmektedir. Katılımcıların yüzde 58,7'si tatil amacıyla gittikleri destinasyonlara daha önce de gittiklerini ve yüzde 76'sının 1-7 gece arasında konakladıklarını ifade etmişlerdir (Tablo 1).

Akış durumuna yönelik boyutları tespit etmek amacıyla ele alınan 16 ifade, Varimax döndürme yöntemi ile açıklayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur ve her biri dört ifadeden oluşan dört boyut belirlenmiştir. Değişkenler arasındaki ilişki Barlett Küresellik Testi, örneklem sayısının yeterliliği KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) değeri ile incelenmiştir. Elde edilen değerler, değişkenler arasında ilişkinin varlığını (3263,549; p<0,01) ve örneklem sayısının faktör analizi için yeterli olduğunu (0,87) göstermiştir. Tablo 2'de boyutlara ait faktör yükleri, ortalama değerleri, varyans

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Tatilleri ile İlgili Detaylar (N= 317)

		Sayı	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	170	53,6
	Erken	147	46,4
Yaş	18-25 yaş arası	12	3,8
	26-32 yaş arası	91	28,7
	33-40 yaş arası	99	31,2
	41-50 yaş arası	75	23,7
	51 ve üstü	40	12,6
Medeni durum	Bekar	110	34,7
	Evli	207	65,7
Eğitim düzeyi	Lisans	41	12,9
	Yüksek lisans	84	26,5
	Doktora	192	60,6
Görev	Öğretim görevlisi	46	17,4
	Araştırma görevlisi	70	22,1
	Dr. Öğretim üyesi	81	25,6
	Doçent	35	11
	Profesör	30	9,5
	İdari personel	55	14,4
Tatile gidilen kişiler	Aile üyesi/leri	232	73,2
	Arkadaş/lar	6	1,9
	Akraba/lar	69	21,8
	Yalnız	10	3,2
Tatilde gidilen yer	Yurt içi	248	78,2
	Yurt dışı	69	21,8
Ziyaret sıklığı	İlk kez	131	41,3
	Birden fazla	186	58,7
Geceleme süresi	1-7 gece	242	76,3
	8-14 gece	52	16,4
	15 ve üstü	22	6,9

açıklama oranları ve güvenilirlik katsayıları gösterilmiştir.

PLS Yapısal Eşitlik Modellemesi

Hipotezleri test etmeden önce, verilerin normal dağılıp dağılmadığını belirlemek amacıyla normallik testi uygulanmıştır. Normallik testinde Shapiro Wilk anlamlılık değerinin 0,05'ten büyük olması verilerin normal dağılım gösterdiğine işaret etmektedir (Özdamar 2002). Çalışmada, Shapiro Wilk anlamlılık değerinin $p < 0,05$ olma-

sından dolayı verilerin normal dağılım göstermediği belirlenmiştir. Verilerin normal dağılım göstermediği durumda Hair vd. (2019) PLS (Kısmi en küçük kareler) algoritmali Yapısal Eşitlik Modellemesinin (PLS-SEM) kullanılmasını önermiştir. Böylece, değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla SmartPLS paket programı aracılığıyla PLS-SEM kullanılmıştır.

Ele alınan modelin değerlendirme aşamasında ifadelerin güvenilirlik, bileşik güvenilirlik (composite reliability) (CR), uyum geçerliliği (convergent validity) ve ayrışma geçerliliği (discriminant validity) değerlerine bakılır. İfadelerin güvenilirlik ve CR değerlerinin 0,7 üzerinde olması, uyum geçerliliği değeri için ise açıklanan ortak varyans (AVE) değerinin 0,5'in üzerinde olması gerekmektedir (Hair vd. 2019). Tablo 2'de değişkenler ile ilgili değerler sunulmuştur. İfadelere ait faktör yüklerinin tamamının 0,7'nin ve CR değerlerinin 0,8'in üzerinde olduğu görülmektedir. Ayrıca, AVE değerlerinin tamamı 0,5'in üzerindedir. Böylece, modele ilişkin değerlerinin sağlandığı görülmektedir.

Ayrışma geçerliliği için ise AVE değerlerinin karekökü ilgili değişkenin, diğer değişkenlerle olan korelasyonlarından büyük olması gerekmektedir (Hair vd. 2019). Tablo 3 incelendiğinde, tüm korelasyon katsayılarının AVE değerlerinin karekökünden düşük olduğu ve ayrışma geçerliliğinin sağlandığı görülmektedir. Ayrıca, Tablo 3'te Heterotrait-Monotrait (HTMT) oranına ait değerler de sunulmuştur ve bütün değerlerin ,90'dan küçük olduğu görülmektedir. İlgili yazında, HTMT oranına ait değerlerin 0,9'un altında olması genel olarak kabul gören bir yaklaşımdır (Hair vd. 2019). PLS, İyi Uyum Endeksi (Goodness-of-Fit) oluşturmamaktadır, fakat Standart Ortalama Hataların Karekökü (SRMR) değeri model uyumu açısından en yaklaşık değeri vermektedir (Hair vd. 2019) ve SRMR değerinin 0 ile 0,08 arasında olması ideal bir değer olarak görülmektedir (Hu ve Bentler 1999; Ali 2016). Bu çalışmada, SRMR değeri 0,065 ile ideal değer aralığındadır.

Yapısal Modelin Test Edilmesi

Model tahmini, bootstrap tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Akış deneyimi boyutları

Tablo 2. Faktör Analizi Sonuçları (AFA ve DFA) ve Uyuşum Geçerlilik Değerleri

	AFA	DFA	Öz değer	Ortalama	Açıklanan varyans	Cronbach's Alpha
<i>Zamanın dönüşümü (CR=,865, AVE=,617)</i>			1,091	5,30	15,26	,79
Tatilim esnasında zaman algım değişti (yavaşladı veya hızlandı)	,891	,847				
Tatilim esnasında normal zaman algımı kaybettim	,847	,758				
Tatilim esnasında zamanın geçmesi normalden farklı geliyordu	,670	,703				
Tatilim esnasında zaman hızla geçiyor gibi hissettim	,512	,826				
<i>Otelik deneyim (CR=,935, AVE=,783)</i>			6,384	5,99	20,44	,90
Bölgede tatili çok sevdim ve tekrar benzer bir deneyim yaşamak isterim	,860	,868				
Tatil deneyimim bende iyi bir his bıraktı	,834	,859				
Tatil deneyimimi son derece faydalı buldum	,783	,927				
Tatil deneyimimden keyif aldım	,756	,884				
<i>Öz bilinç kaybı (CR=,925, AVE=,754)</i>			2,454	5,44	19,18	,88
Başkalarının benim hakkımda ne düşündüğünü önemsemedim	,913	,802				
Başkalarının benimle ilgili ne düşündüğünü umursamadım	,889	,904				
Diğer ziyaretçilere aldırış etmedim	,822	,831				
Diğer ziyaretçilerin gözünde nasıl görüldüğüm konusunda endişelenmedim	,763	,931				
<i>Odaklanma (CR=,899, AVE=,693)</i>			1,766	5,25	18,20	,84
Dikkatim tamamen tatilim üzerindeydi	,799	,747				
Tatilime tamamen odaklanmış durumdaydım	,791	,909				
Tatilim esnasında dikkatim tamamen yaptığım faaliyetlere odaklıydı	,764	,738				
Tatilime odaklanmada zorlanmadım	,727	,918				
<i>Memnuniyet (CR=,966, AVE=,852)</i>						,95
Bölgede turist olarak bulunmamın doğru bir karar olduğuna eminim	,831					
Bölgeye gelmemin iyi bir deneyim olduğunu düşünüyorum	,918					
Bölgeyi seçme kararımdan dolayı kendimi iyi hissediyorum	,950					
Bölgeden gerçekten memnun kaldım	,950					
Bölgeyi ziyaret etme kararım beni tatmin etti	,960					

Açıklanan toplam varyans 73,09%; KMO = ,873 Bartlett's Test of Sphericity = 3263,549 (p<,001), AFA: Açıklayıcı faktör analizi, DFA: Doğrulayıcı faktör analizi, CR: Bileşik Güvenilirlik, AVE: Açıklanan Ortalama Varyans

memnuniyetin yüzde 70'ini ($R^2=0,70$) açıklamaktadır. R^2 değeri 0 ile 1 arasında olmakta ve 1'e yaklaştıkça açıklama gücü artmaktadır (Hair vd. 2019). Dolayısıyla bu çalışmada elde edilen R^2 değeri kabul edilebilir düzeyin oldukça üstünde bir değerdir. Hair vd. (2019) R^2 ile birlikte etki gücünün (f^2) ve Q^2 değerlerinin de incelenmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Q^2 değerinin 0'dan büyük, f^2 için ise ortalama bir etki için 0,15 olması gerekmektedir (Hair vd. 2019). Etki gücüne baktı-

ğımızda, ototelik deneyimin memnuniyete güçlü (1,26), öz bilinç kaybının ise zayıf (0,03) bir etkisi olduğu görülmektedir. Memnuniyete ait Q^2 değeri ise 0,57 olarak gözlemlenmiştir ve tahmini ilgililik düzeyinin yeterli olduğunu göstermektedir. Modeldeki değişkenlerin etkilerinin anlamlılığı t değerleri üzerinden ölçülmektedir ve t değeri 1,65 veya üzerinde ise iki değişken arasındaki ilişkinin yüzde 90 düzeyinde anlamlı olduğu söylenebilir. Eğer t değeri 1,96 veya üzerinde ise

Tablo 3. Ayrışma Geçerliliğinin Kontrolü İçin Fornell-Larcker Kriter Analizi ve Heterotrait-Monotrait (HTMT) Oranı

	Odaklanma	Ototelik deneyim	Memnuniyet	Zamanın dönüşümü	Öz bilinç kaybı
Fornell-Larcker Kriter Analizi					
Odaklanma	0,833				
Ototelik deneyim	0,639	0,885			
Memnuniyet	0,513	0,831	0,923		
Zamanın dönüşümü	0,392	0,494	0,394	0,785	
Öz bilinç kaybı	0,304	0,289	0,328	0,317	0,869
Heterotrait-Monotrait (HTMT) Oranı					
Odaklanma					
Ototelik deneyim	0,715				
Memnuniyet	0,559	0,889			
Zamanın dönüşümü	0,447	0,549	0,436		
Öz bilinç kaybı	0,354	0,321	0,359	0,378	

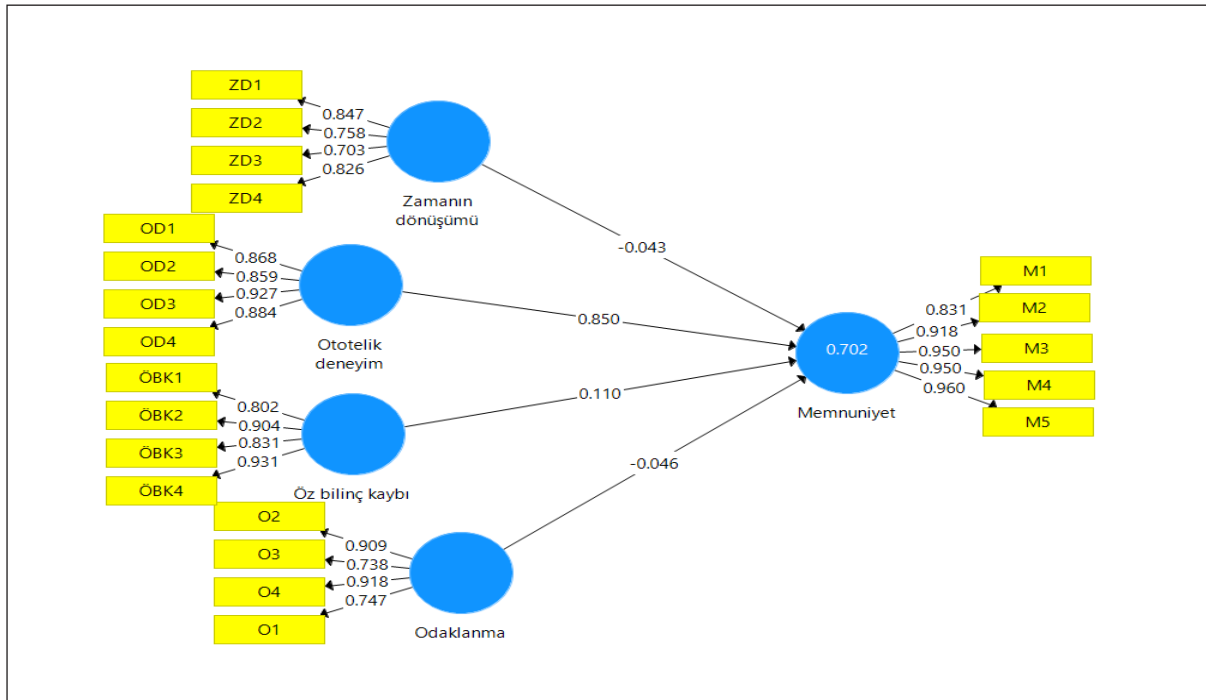
yüzde 95, 2,58 veya üstünde ise yüzde 99 düzeyinde anlamlılık olduğu ifade edilebilir (Wong 2013). Yapısal model analiz sonuçları Şekil 1 ve Tablo 4’te sunulmaktadır.

Tablo 4 incelendiğinde ototelik deneyim ($\beta = 17,766$, $p = 0,00$) ve öz bilinç kaybı ($\beta = 2,421$, $p = 0,016$) boyutlarının turistlerin memnuniyetleri üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkisi olduğu

Tablo 4. Yapısal Model Testi Sonuçları*

	t değeri	anlamlılık
Zamanın dönüşümü-> Memnuniyet	0,866	0,387
Ototelik deneyim-> Memnuniyet	17,766	0,000
Öz bilinç kaybı-> Memnuniyet	2,421	0,016
Odaklanma-> Memnuniyet	0,962	0,336

* Bootstrap Metodu: 3000 örneklem.



Şekil 1. Yapısal Modelin Analizi

görülmektedir. Bu sonuçlara göre H₂ ve H₃ hipotezleri kabul edilmiştir. Bu sonuç, Kim ve Thapa (2018) ile Chen vd. (2017) tarafından yapılan çalışma bulguları ile benzerlik göstermektedir. Diğer yandan odaklanma ve zamanın dönüşümü boyutlarının memnuniyet üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir etkisi bulunamamıştır ve H₁ ile H₄ hipotezleri reddedilmiştir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Turistler, destinasyonda geçirdikleri süre içerisinde bölgenin özelliklerine, sahip olduğu çekiciliklere bağlı olarak çeşitli etkinliklere katılırlar ve deneyim yaşarlar. Akış deneyiminin turistler tarafından yaşanması ve sonrasında memnun olarak ayrılmaları, destinasyonların performansı ve rekabet avantajı elde etmelerinde oldukça önemli olduğu söylenebilir.

Açıklayıcı faktör analizi sonucunda dört boyut oluşturan ifadeler, özgün ölçek ile benzerlik göstermiştir. Bu bakımdan, turistlerin tatilleri boyunca zaman algılarını kaybettikleri, çevrelerinde olup bitenleri çok fazla düşünmeden eylemleri özgürce ve kendi yararları için yaptıkları, haz ve keyif aldıkları, turizm eylemine tam olarak odaklandıkları ve başka unsurları göz ardı ettikleri söylenebilir. Akış deneyimi boyutlarının memnuniyet üzerine etkileri incelenmiş ve zamanın dönüşümü ile odaklanmanın anlamlı etkileri olmadığı gözlemlenmiştir. Turistlerin, destinasyonun özelliklerine bağlı olarak, yaptıkları eylemlere odaklandıkları ve zamanın nasıl geçtiğini bilmedikleri bir yerden ayrılırken isteksiz olmaları ve bu durumun memnuniyetsizliğe yol açtığı söylenebilir. Diğer yandan, ototelik deneyim ile öz bilinç kaybı boyutlarının memnuniyet üzerinde etkileri olduğu görülmüştür. Elde edilen bu bulgu, akış deneyimini tek boyut olarak ele alan Kim ve Thapa (2018) ile Chen vd.'nin (2017) ortaya koydukları bulgularla benzerlik göstermektedir. Dolayısıyla, turistlerin akış yaşamalarının tatillerinden memnuniyet duymalarına yol açtığı söylenebilir. Memnuniyet turistlerin tekrar ziyaretleri üzerinde etkili olabileceği gibi, destinasyonunun bilinirliğini sürdürmesine yardımcı olur ve yerel ekonomiye katkı sağlar (Chen vd. 2017). Turistin sürekli yaşadığı yerden

geçici süreliğine ayrılıp tekrar gelmesine kadar geçen sürede, hizmet satın aldığı bütün paydaşların turistlerin akış yaşamaları üzerinde etkin role sahip oldukları söylenebilir. Turistlerin uzun süre geçirdikleri konaklama işletmeleri, eğlenceli, katılımcılara keyif veren, bir amacı içeren aktivitelerin yanı sıra eğitici ve öğretici ürünlerin de sunulması faydalı olabilir. Sunulan aktivitelerin, konaklayan kişilerin kültürel ve demografik çeşitliliğini dikkate alarak tasarlanmaları yararlı olacaktır. Örneğin, düzenlenen konserlerin veya animasyonların yalnızca belirli turist profiline uygun olacak şekilde değil, farklı gereksinimleri olan ziyaretçilere yönelik etkinliklerde (örn. klasik müzik konseri) düzenlenmelidir. Destinasyonda bulunan çekiciliklerin (örn. doğa sporları, turlar, tema parkları, alışveriş olanakları) çeşitlendirilmesi ve bir deneyim yaratmaları diğer önemli bir unsurdur. Diğer yandan, ziyaretçilerin hangi durumlarda akış deneyimlediklerini ortaya koymak, karar vericilerin destinasyon kaynaklarını optimum bir şekilde yönetmesine yardımcı olabilir (Kim ve Thapa 2018).

Bu çalışma diğer araştırmalardan farklı olarak, akış deneyimine ait dört boyuta yer vermiştir. Daha önce ele alınan çalışmaları incelediğimizde Kim ve Thapa (2018) G. Kore'de yaptıkları çalışmada akış deneyimini üç ifade ile tek boyut altında ele almışlardır. Benzer şekilde, Chen vd. (2017) Myanmar'ı ziyaret edenler üzerinde yaptıkları çalışmada akışı tek boyut olarak ele almışlardır. Akış deneyiminin genel turizm bağlamında dört boyut ile incelenmediği ve yerli yazında akış ile turizmi ele alan çalışmaya rastlanmadığı göz önünde bulundurulduğunda, bu çalışmanın turizm yazınına önemli katkı sağladığı ve sonraki çalışmalara ışık tutacağı varsayılmaktadır. Ayrıca, sonraki çalışmalarda farklı boyutların da incelenmesinin turizm yazınına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Diğer araştırmalarda olduğu gibi bu çalışmanın da çeşitli kısıtlılıkları bulunmaktadır. Örneklem grubu olarak üniversite personeli seçilmiştir. Sonraki çalışmalarda heterojen bir örneklem grubu ele alınabilir. Ayrıca bu çalışma, belirli bir destinasyon özelinde ele alınmamıştır. Destinasyonların sahip olduğu çekicilikler farklılık

gösterebildiği için, akış deneyimi yaşanma durumu değişkenlik gösterebilir (Chen vd. 2017). Örneğin, kültürel ürünler sunan bir destinasyon ile deniz-kum-güneş odaklı ürün sunan bir destinasyonda akış yaşama durumları farklılık gösterebilir. Bu bakımdan, gelecek çalışmalarda ziyaretçilerin akış deneyimi belirli bir destinasyon özelinde ele alınabilir. Bununla birlikte, akış deneyimi yaşanması üzerinde destinasyon çekiciliklerinin etkili olabileceği düşünüldüğünden (Chen vd. 2017), sonraki çalışmalarda alışveriş, tarihi unsurlar, doğal güzellikler gibi destinasyon çekiciliklerinin akış deneyimine etkisi incelenebilir. Son olarak, akış deneyimi ifadeleri iki uzman tarafından İngilizceden Türkçeye çevrilmiş ve bir uzman tarafından da kontrol edilmiştir. Buna karşın, geri çevirinin yapılmaması bu çalışmanın diğer bir kısıtlılığıdır.

KAYNAKÇA

- Ali, F. (2016). Hotel Website Quality, Perceived Flow, Customer Satisfaction and Purchase Intention, *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 7 (2): 213-228.
- Ayazlar, R. A. (2015). Akış Deneyiminin Yamaç Paraşütü Deneyim Doyumu ve Yaşam Doyumuna Etkileri (*Basılmamış Doktora Tezi*). Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Ayazlar, R. A. ve Yüksel, A. (2018). Flow Experience in Paragliding: Effects on Experience and Life Satisfaction, *Tourism Analysis*, 23 (4): 461-473.
- Bilgihan, A., Nusair, K., Okumus, F. ve Cobanoğlu, C. (2015). Applying Flow Theory to Booking Experiences: An Integrated Model in an Online Service Context, *Information & Management*, 52 (6): 668-678.
- Chen, C. F. ve Chen, F. S. (2010). Experience Quality, Perceived Value, Satisfaction and Behavioral Intentions for Heritage Tourists, *Tourism Management*, 31 (1): 29-35.
- Chen, H., Wigand, R. T. ve Nilan, M. (2000). Exploring Web Users' Optimal Flow Experiences, *Information Technology & People*, 13 (4): 263-281.
- Chen, J. V., Htaik, S., Hiele, T. M. ve Chen, C. (2017). Investigating International Tourists' Intention to Revisit Myanmar Based on Need Gratification, Flow Experience and Perceived Risk, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18 (1): 25-44.
- Cheng, T. M., Hung, S. H. ve Chen, M. T. (2016). The Influence of Leisure Involvement on Flow Experience During Hiking Activity: Using Psychological Commitment as a Mediate Variable, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21 (1): 1-19.
- Coffey, J. K. ve Csikszentmihalyi, M. (2016). Finding Flow as a Tourist: Using Optimal Experiences to Improve Health. İçinde; M.K. Smith ve L. Puczko (Editörler) *The Routledge Handbook of Health Tourism* (ss. 79-88). Londra: Routledge Yayıncılık.
- Csikszentmihalyi, M. (1977). *Beyond Boredom and Anxiety*. (2. Baskı). San Francisco: Jossey-Bass.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow. The Psychology of Optimal Experience*. New York: Harper.
- Csikszentmihalyi, M. (1997). *Finding Flow: The Psychology of Engagement with Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Çeşmeci, N. (2018). Yürüyüş Deneyimine Yönelik Akış Durumunun Algılanan Değere ve Davranışsal Niyete Etkisi (*Basılmamış Doktora Tezi*). Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Çetin, G. ve Bilgihan, A. (2016). Components of Cultural Tourists' Experiences in Destinations, *Current Issues in Tourism*, 19 (2): 137-154.
- Filep, S. (2008). Applying the Dimensions of Flow to Explore Visitor Engagement and Satisfaction, *Visitor Studies*, 11 (1): 90-108.
- Filep, S. (2009). Tourists' Happiness Through the Lens of Positive Psychology (*Basılmamış Doktora Tezi*). Douglas: James Cook University School of Business.
- Frochot, I., Elliot, S. ve Kreziak, D. (2017). Digging Deep into The Experience-Flow and Immersion Patterns in a Mountain Holiday, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11 (1): 81-91.
- Gall, M. D., Borg, W. R., ve Gall, J. P. (1996). *Educational research: An introduction*. (6. Baskı). White Plains, NY, İngiltere: Longman Yayıncılık.
- Ghani, J. A., Supnick, R. ve Rooney, P. (1991). The Experience of Flow in Computer-Mediated and in Face-to-Face Groups, *ICIS 1991 Proceeding* (ss. 229-237). ABD: New York.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., ve Ringle, C. M. (2019). When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM, *European Business Review*, 31 (1): 2-24.
- Hinkin, T. R. (1995). A Review of Scale Development Practices in the Study of Organizations, *Journal of Management*, 21 (5): 967-988.
- Hu, L. T. ve Bentler, P. M. (1999). Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria versus New Alternatives, *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6 (1): 1-55.
- İlban, M. O., Bezirgan, M. ve Çolakoğlu, F. (2016). Termal Otellerde Algılanan Hizmet Kalitesi, Memnuniyet ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Edremit Örneği, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27 (2): 181-194.
- Kaya, B., Metin, T. ve Kozak, M. A. (2015). Kapalı Rekreasyon Tesislerinde Kullanıcıların Akış Deneyimi, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12 (2): 6-25.

- Kim, M. ve Thapa, B. (2018). Perceived Value and Flow Experience: Application in a Nature-Based Tourism Context, *Journal of Destination Marketing & Management*, 8 (Haziran): 373-384.
- Kocabulut, Ö. ve Albayrak, T. (2017). Web Sitesi Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28 (2): 293-303.
- O' Cass, A. ve Carlson, J. (2010). Examining The Effects Of Website-induced Flow in Professional Sporting Team Websites, *Internet Research*, 20 (2): 115-134.
- Oliver, R. L. (1981). Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings, *Journal of Retailing*, 57 (3): 25-48.
- Özdamar, K. (2002). *Paket Programlarla İstatistiksel Veri Analizi-1*. (4.Baskı). Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özkara, B. Y., ve Özmen, M. (2016). Akış Deneyimine İlişkin Kavramsal Bir Model Önerisi, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 11 (3): 71-100.
- Pelet, J. É., Ettis, S. ve Cowart, K. (2017). Optimal Experience of Flow Enhanced by Telepresence: Evidence from Social Media Use, *Information & Management*, 54 (1): 115-128.
- Qunming, Z., Rong, T., Ting, M., Nijing, D. ve Jia, L. (2017). Flow Experience Study of Eco-Tourists: A Case Study of Hunan Daweishan Mountain Ski Area, *Journal of Resources and Ecology*, 8 (5): 494-502.
- Su, Y. S., Chiang, W. L., Lee, C. T. J. ve Chang, H. C. (2016). The Effect of Flow Experience on Player Loyalty in Mobile Game Application, *Computers in Human Behavior*, 63: 240-248.
- Tsaur, S. H., Yen, C. H. ve Hsiao, S. L. (2013). Transcendent Experience, Flow and Happiness for Mountain Climbers, *International Journal of Tourism Research*, 15 (4): 360-374.
- Veasna, S., Wu, W. Y. ve Huang, C. H. (2013). The Impact of Destination Source Credibility on Destination Satisfaction: The Mediating Effects of Destination Attachment and Destination Image, *Tourism Management*, 36 (Haziran): 511-526.
- Vengesayi, S. (2003). A Conceptual Model of Tourism Destination Competitiveness and Attractiveness, *ANZMAC Konferansı* (ss. 637-647). Avustralya: Adelaide.
- Wong, K. K. K. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using Smartpls, *Marketing Bulletin*, 24 (1): 1-32.
- Wu, C. H. J. ve Liang, R. D. (2011). The Relationship between White-Water Rafting Experience Formation and Customer Reaction: A Flow Theory Perspective, *Tourism Management*, 32 (2): 317-325.
- Zátori, A., Michalkó, G., Nagy, J. T., Kulcsár, N. ve Balizs, D. (2017). The Tourist Experience of Domestic VFR Travellers: The Case of Hungary, *Current Issues in Tourism*, 1-23.



Sezer KARASAKAL

Erciyes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümü'nden mezun oldu (2011). Antalya Bilim Üniversitesi'nde Araştırma Görevlisi olarak çalışmaya başladı (2014). Yüksek lisans derecesini Erciyes Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı'ndan (2015) aldı. Doktora derecesini Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı'ndan aldı (2019). Temel çalışma alanı, turizm pazarlamasıdır.