



Seyahat Acentelerinde Otantik Liderliğin Çalışanların Yalakalık Eğilimlerine Etkisi

Özkan TÜRÜNÇÜ - Yılmaz AKGÜNDÜZ

Engellilerin Turizm Kısıtları ve Turist Olma Niyeti İlişkisinde Aracı Değişkenler: Motivasyon Gücü ve Öğrenilmiş Çaresizlik

Beykan ÇİZEL - Rabia Bato ÇİZEL

Müşterilerin Restoran Seçimlerini Etkileyen Faktörler: İstanbul Örneği

Ash ALBAYRAK

Otel İşletmelerinde İlgörenlerin Olumlu Sosyal Davranışlarının Hizmet Kalitesi Üzerine Etkisi: Nevşehir Örneği

Duygu EREN - Neşe Çullu KAYGISIZ

21. Yüzyılda Yeni Nesil Konaklama Yapıları: Butik Otel Yaklaşımı

Ece AYKOL - Rengin ZENGEL

Yavaş Şehir Olgusunun Kentsel Yaşam Kalitesi Üzerindeki Algılanan Etkisi

Yeşim COŞAR

Amik Ovası'nın Tarım (Agro) Turizmi Potansiyelinin Coğrafi Yaklaşım ile İncelenmesi

Emre ÖZŞAHİN - Çağlar Kıvanç KAYMAZ

Anadolu Üniversitesi Turizm Araştırma ve Uygulama Birim'inde 2010 - 2013 Yılları Arasında Gerçekleştirilen Faaliyetler Üzerine Değerlendirme

Nazmi KOZAKLIU

Yazarların Dikkatine...

Son yıllarda Türkiye’de makale yazımında kuralsızlık ve/veya her makale yazarının kendi kuralını uydurması şeklinde bir eğilim söz konusu olmaya başlamıştır. Önceleri münferit bazı uygulamalar olarak gözlenen bu durum, giderek yaygınlaşmaktadır.

Akademik yükseltmelerde ulusal ve uluslararası hakem-denetimli dergilerde yayımlanan makalelere yüklenen önemin bir sonucu ortaya çıkan bu eğilime daha çok akademik kariyer basamaklarını hızla çıkmak isteyenlerin çalışmalarında rastlanmaktadır. Sıklıkla tez danışmanlığı müessesinin çok iyi çalışmamasının sonuçlarından biri olarak ortaya çıkan bu eğilim, ne yazık ki, ülkemizde akademik yaşamda bir kuralsızlığın daha yaygınlaşmasına yol açmaktadır. Söz konusu gelişimi dört başlık altında özetleyebiliriz:

1. Son yıllarda turizm alanında hazırlanan makalelerde yabancı sözcük ve kavramların ilgili dildeki orijinali ile yazma keyfiyeti yaygınlaşmaktadır.
2. Temel konularda bile Türkçe dil, yazım ve anlatım kurallarının hiçe sayıldığına tanık olunmaktadır.
3. Turizm ve dolayısıyla sosyal bilimler alanında hazırlanan kayda değer sayıdaki makalede Türkçe karşılıkları olmasına karşılık yabancı sözcük ve kavramların gereksiz ve özensiz bir şekilde kullanılmakta olduğu görülmektedir.
4. SPSS, Lisrel, AMOS, vb. istatistik paket programları yoluyla yürütülen hesaplamalarda, kullanılan test isimlerinin Türkçeleştirilmeden (hatta çoğunlukla gözlendiği gibi SPSS, Lisrel programları ile hesaplanan test değerleri ve analiz sonuç sayfalarından olduğu gibi kopya edilerek!) makale metinlerinde yer almasında gözle görülür bir artışın olduğu gözlenmektedir.

Ülkemizdeki akademisyenlerden uluslararası dergilere makale önerirken gösterdikleri özeni ve hassasiyeti, ulusal dergilere gönderirken de göstermelerini istemek kadar doğal bir beklenti olamaz!.. Daha açık bir deyimle, dili İngilizce olan bir uluslararası dergiye Türkçe kavram ve test adları yazılarak ve pek çok İngilizce dil ve anlatım hatalarını içeren makaleler nasıl ki önerilemiyorsa, aynı titizliğin ulusal dergilere makale önerirken de gösterilmesini anlamakta güçlük çekiyoruz!.. Bu konularda ülkemizdeki akademik/bilimsel dergilerinin editörlerine önemli sorumluluklar düşmektedir.

Türkçe’nin bilimsel sözcük ve kavram zenginliğinin geliştirilmesine ve daha da önemlisi Türkçe’nin korunmasına katkıda bulunmak üzere, bundan böyle *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*’ne önerilen makaleler yukarıda dört maddede özetlenen konular bağlamında incelenecek; bu konularda gerekli özeni göstermeyen makaleler yazarlarına düzeltilmek üzere iade edilecektir. İlgili düzeltmeleri yapmamakta ısrar eden makaleler değerlendirme sürecine alınmayacaktır.

Saygıyla duyurulur..

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi
Editörlüğü

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi

EDİTÖR

Nazmi KOZAK (Sorumlu Yazı İşleri Müdürü)
Anadolu Üniversitesi
Turizm Fakültesi
Yunus Emre Kampusu, 26470 Eskişehir
Tel: (0222)-335 05 80/2130
Faks: (0222) 335 66 51
E-posta: nkozak@anadolu.edu.tr

YARDIMCI EDİTÖR

Çağrı Hale ÖZEL
Anadolu Üniversitesi
Turizm Fakültesi
Yunus Emre Kampusu, 26470 Eskişehir
Tel: (0222)-335 05 80/2128
Faks: (0222) 335 66 51
E-posta: chkayar@anadolu.edu.tr

BİLİMSEL DANIŞMA KURULU

İbrahim BİRKAN, Atılım Üniversitesi
Hasan Işın DENER, Çankaya Üniversitesi
Uğur DEMİRAY, Anadolu Üniversitesi
Mithat Zeki DİNÇER, İstanbul Üniversitesi
Fusun İSTANBULLU DİNÇER, İstanbul Üniversitesi
Nüzhet KAHRAMAN, İstanbul Ticaret Üniversitesi
Asker KARTARI, Kadir Has Üniversitesi
Meriyem AKOĞLAN KOZAK, Anadolu Üniversitesi

Meral KORZAY, Boğaziçi Üniversitesi
Mehmet ÖZDEMİR, Anadolu Üniversitesi
Bahattin RIZAOĞLU, Adnan Menderes Üniversitesi
Alp TİMUR, Dokuz Eylül Üniversitesi
Necdet TİMUR, Anadolu Üniversitesi
Öcal USTA, Dokuz Eylül Üniversitesi
M. Mithat ÜNER, Gazi Üniversitesi
Turgut VAR, İzmir Ekonomi Üniversitesi

BÖLÜM EDİTÖRLERİ

Türk Turizm Araştırmacıları
Metin KOZAK, Dokuz Eylül Üniversitesi
E-posta: m.kozak@superonline.com
Çeviri Seçme Makaleler
Ummuhan Gökova Medettin, Muğla Üniversitesi
E-posta: ummuhan@mu.edu.tr
Turizm Araştırma İncelemeleri
Çağrı Hale ÖZEL, Anadolu Üniversitesi
E-posta: chkayar@anadolu.edu.tr
Türkçe Bilimsel Makale Dizini
Deniz KARAGÖZ, Anadolu Üniversitesi
E-posta: dkara@anadolu.edu.tr

Rekreasyon İncelemeleri
Özkan TÛTÛNCÛ, Dokuz Eylül Üniversitesi
E-posta: ozkan.tutuncu@deu.edu.tr
Konferans Notları
Osman GÛLDEMİR, Anadolu Üniversitesi
E-posta: osmanguldemir@gmail.com
Lisansüstü Tez Özetleri
Hatice GÛÇLÛ NERGİZ, Kocaeli Üniversitesi
E-posta: hgucclu@anadolu.edu.tr
Türkçe Dil ve Anlatım Denetimi
Ayşel YILMAZ, Anadolu Üniversitesi
E-posta: ayseyl@anadolu.edu.tr

Türkiye Turizm Tarihi, Mehmet ÖZDEMİR, Anadolu Üniversitesi, E-posta: mehmetozdemir22@yahoo.com

YAZIŞMA ADRESİ

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, P. K. 589 - 06444, Yenişehir, ANKARA
Tel: 0312 - 434 09 49 • Faks: 0312 - 434 31 42
<http://www.anatoliajournal.com/atad>

YAYIN POLİTİKASI

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde 1990 yılından bu yana, turizm ve yakın alanları olan "konaklama işletmeciliği", "seyahat işletmeciliği", "yiyecek-içecek işletmeciliği" başta olmak üzere; turizm disiplininin yakın ilgi ve ilişki içerisinde olduğu dallarda hazırlanmış makaleler yayımlanmaktadır. Dergiye ulaşan makaleler, 1997 yılından itibaren yayın kurulu listesinde yer alanların hakemliğinde değerlendirildikten sonra, uygun bulunmaları durumunda yayımlanmaktadır. Her makale en az iki üyenin değerlendirilmesine sunulmaktadır; gerekli görüldüğünde İstatistik Editörü ve Yazım ve Dilbilgisi Editörünün incelemesine de başvurulabilmektedir. Dergiye gönderilecek makalelerin hazırlanması aşamasında "Yayın ve Yazım Kuralları"na özellikle uyulması yazarlardan beklenmektedir.

ABONE BİLGİLERİ

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, ilkbahar ve Sonbahar olmak üzere yılda iki sayı yayımlanır. Abone bedelinin Türkiye İş Bankası-Yenişehir (Ankara) şubesinde kayıtlı olan 4218-5354529 numaralı hesaba yatırıldığını gösteren dekontun fotokopisinin "P.K. 589 - 0664, Yenişehir, Ankara" adresine veya 0312 - 479 10 84 numaralı faks gönderilmesi, abonelik işleminin tamamlanması için yeterli olmaktadır.

Abone Bedelleri	1 Yıllık (2 sayı)
Kurum	40 YTL.
Akademisyen	30 YTL.
Öğrenci	20 YTL.

ÖNEMLİ AÇIKLAMA

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'ne önerilecek makalelerin "makale hazırlama ve yazım bilgileri"nin incelenmesinin ardından hazırlanması yerinde olacaktır. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi Makale Hazırlama ve Yazım Kuralları'na ilişkin açıklamalar derginin son iki sayfasında yer almaktadır. Söz konusu açıklamalar, her bilimsel dergiye önerilecek makaleler için uyulması istenilen asgari kuralları içermektedir. Bu aşamada yazarların dikkate almaları gereken diğer önemli husus ise, makalenin hazırlanması aşamasında atf ve kaynakça düzenlerinin dikkate alınması ve çalışmanın buna göre biçimlendirilmesidir. Önceki örneklerden de görüldüğü üzere, yazarlar bu konuya hemen hiç önem vermemekte, en iyi bildikleri atf ve kaynakça düzenine göre makaleleri hazırlamaktadırlar. Bu uygulamanın, çoğu durumda, makalenin yayımlanma aralığının uzamasına neden olabileceği unutulmamalıdır.

İmtiyaz sahibi: Hüseyin Yıldırım, Detay Anatolia Akademik Yayıncılık, Organizasyon, Danışmanlık, Turizm Ltd. Şti.
Yönetim Adresi: Adakale Sokak, No: 14/1, Kızılay, 06420 Ankara
Tel: 0312 - 434 09 49 • Faks: 0312 - 434 31 42
E-posta: detayyay@ttnet.net.tr

Basıldığı Yer ve Tarih: Ankara, Kasım 2014
Yayın türü: Süreli yayın (Altı aylık süreli)
Basımcı: Bizim Büro Matbaacılık ve Basımevi
Basımcı Adresi: 1. Sanayi Caddesi Sedef Sokak No: 6/1, Skitler-Ankara

<http://www.anatoliajournal.com/atad>

Yayın Kurulu Üyeleri

- Atila AKBABA**
Katip Çelebi Üniversitesi
Turizm Fakültesi
- Mustafa AKAL**
Sakarya Üniversitesi
İşletme Fakültesi
- Işıl ALTUN**
Kocaeli Üniversitesi
Turizm İşletmeciliği Ve Otelcilik Yüksekokulu
- Akın AKSU**
Akdeniz Üniversitesi
Turizm Fakültesi
- Levent ALTINAY**
Oxford Brookes University
School of Hospitality Management
- Maria Dolores ALVAREZ**
Boğaziçi Üniversitesi
Turizm İşletmeciliği Bölümü
- Metin ARGAN**
Anadolu Üniversitesi
Spor Bilimleri Fakültesi
- Cevdet AVCIKURT**
Balıkesir Üniversitesi
Turizm Fakültesi
- Ömer AYTAÇ**
Fırat Üniversitesi
İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi
- Murat AZALTUN**
Okan Üniversitesi
Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
- Eylin BABACAN**
Pamukkale Üniversitesi
İletişim Fakültesi
- Ozan BAHAR**
Muğla Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
- Hasan BAKIR**
Anadolu Üniversitesi
Açık Öğretim Fakültesi
- Fusun BAYKAL**
Ege Üniversitesi
Edebiyat Fakültesi
- Orhan BATMAN**
Sakarya Üniversitesi
İşletme Fakültesi
- Çetin BEKTAŞ**
Erzincan Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
- Ayşe BAŞ COLLINS**
Bilkent Üniversitesi
Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu
- Tamer BOLAT**
Balıkesir Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
- Beykan ÇİZEL**
Akdeniz Üniversitesi
Turizm Fakültesi
- A. Celil ÇAKICI**
Mersin Üniversitesi
Turizm Fakültesi
- Murat ÇUHADAR**
Süleyman Demirel Üniversitesi
Eğirdir Meslek Yüksekokulu
- Mahmut DEMİR**
Süleyman Demirel Üniversitesi
Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu
- İsmet DOĞAN**
Afyon Kocatepe Üniversitesi
Tıp Fakültesi Biyoistatistik Anabilim Dalı
- Teoman DUMAN**
Uluslararası Burch Üniversitesi
Yönetim Bölümü
- Rüya EHTİYAR**
Akdeniz Üniversitesi
Turizm Fakültesi
- Yüksele EKİNCİ**
Oxford Brookes University
School of Hospitality Management
- Gözde EMEKLİ**
Ege Üniversitesi
Edebiyat Fakültesi
- Mehmet Han ERGÜVEN**
Kırklareli Üniversitesi
Turizm Fakültesi
- Bengi ERTUNA**
Boğaziçi Üniversitesi
Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
- Zerrin AŞAN GREENACRE**
Anadolu Üniversitesi
Fen Fakültesi
- Ayhan GÖKDENİZ**
Balıkesir Üniversitesi
Ayrıcalık Meslek Yüksekokulu
- Ummuhan GÖKOVALI**
Muğla Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
- Zekai GÖRGÜLÜ**
Yıldız Teknik Üniversitesi
Mimarlık Fakültesi
- Başak DENİZCI GUILLET**
The Hong Kong Polytechnic University
School of Hotel & Tourism Management
- Ebru GÜNEREN**
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi
- Ebru GÜNLÜ**
Dokuz Eylül Üniversitesi
İşletme Fakültesi
- Bülent GÜRBÜZ**
Ahi Evran Üniversitesi
Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu
- Eda GÜREL**
Bilkent Üniversitesi
Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu
- Ali HALICI**
Başkent Üniversitesi
Ticari Bilimler Fakültesi
- Bahattin HAMARAT**
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Turizm Fakültesi
- Murat HANÇER**
Oklohoma State University
Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü
- Ebru TARCAN İÇİGEN**
Akdeniz Üniversitesi
Turizm Fakültesi
- Fatma Nur İPLİK**
Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi
İşletme Fakültesi
- Kemal KANTARCI**
Akdeniz Üniversitesi
Alanya İşletme Fakültesi
- Erdinç KARADENİZ**
Mersin Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Yayın Kurulu Üyeleri (devam)

Kurtuluş KARAMUSTAFA Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi	Özge SAMANCI Yeditepe Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
Osman KARATEPE Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu	Mehmet SARIŞIK Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi
Salih KATIRCIOĞLU Doğu Akdeniz Üniversitesi Bankacılık ve Finans Bölümü	Oya AYTEMİZ SEYMEN Balıkesir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Ergün KAYA Anadolu Üniversitesi Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi	Mehmet SOMUNCU Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi
Erdoğan KOÇ Balıkesir Üniversitesi Bandırma İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Gülnur KARAKAŞ TANDOĞAN Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi
Göknil Nil KOÇAK Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi	Nevin TEKGÜL ŞANLIER Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi
Mustafa KOYUNCU Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi	Bahar TANER Mersin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Metin KOZAK Dokuz Eylül Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu	Abdullah TANRISEVDİ Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi
Oğuz KURDOĞLU Karadeniz Teknik Üniversitesi Orman Fakültesi	Bahattin TAYLAN Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Salih KUŞLUVAN İstanbul Medeniyet Üniversitesi Turizm Fakültesi	Nezih TAYYAR Uşak Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Derman KÜÇÜKALTAN Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Metin TEBERLER İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu
Deniz KÜÇÜKUSTA The Hong Kong Polytechnique University School of Hotel and Tourism Management	Öznur ÖZKAN TEKTAŞ Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Haldun MÜDERRİSOĞLU Düzce Üniversitesi Orman Fakültesi	Mustafa TEPECİ Celal Bayar Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Hatice GÜÇLÜ NERGİZ Kocaeli Üniversitesi Derbent Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu	Oğuz TÜRKAY Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi
Fevzi OKUMUŞ The University of Central Florida Rosen College of Hospitality Management	Özkan TÜTÜNCÜ Dokuz Eylül Üniversitesi Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu
Yıldırım Beyazıt ÖNAL Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Zeynep TUNA ULTAV İzmir Ekonomi Üniversitesi Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi
Osman Nuri ÖZDOĞAN Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi	Mehmet İsmail YAĞCI Mersin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Bahattin ÖZDEMİR Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi	Aslıhan Aykaç YANARDAĞ Ege Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi
Leyla ŞENTÜRK ÖZER Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Şükrü YARCAN Emekli Öğretim Üyesi
Işıl ÖZGEN Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi	Mehmet YEŞİLTAŞ Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi
Yüksel ÖZTÜRK Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi	Medet YOLAL Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi
İge PIRNAR Yaşar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Atila YÜKSEL Adnan Menderes Üniversitesi Didim Meslek Yüksekokulu
Asım SALDAMLI Nişantaşı Üniversitesi İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi	H. Rafet YÜNCÜ Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi

İÇİNDEKİLER**HAKEM DENETİMLİ MAKALELER**

- 167** Seyahat Acentelerinde Otantik Liderliğin Çalışanların Yalakalık Eğilimlerine Etkisi
Özkan TÛTÛNCÛ - Yılmaz AKGÛNDÛZ
- 176** Engellilerin Turizm Kısıtları ve Turist Olma Niyeti İlişkisinde Aracı Değişkenler: Motivasyon Gücü ve Öğrenilmiş Çaresizlik
Beykan ÇİZEL - Rabia Bato ÇİZEL
- 190** Müşterilerin Restoran Seçimlerini Etkileyen Faktörler: İstanbul Örneği
Aslı ALBAYRAK
- 202** Otel İşletmelerinde İşgörenlerin Olumlu Sosyal Davranışlarının Hizmet Kalitesi Üzerine Etkisi: Nevşehir Örneği
Duygu EREN - Neşe Çullu KAYGISIZ
- 211** 21. Yüzyılda Yeni Nesil Konaklama Yapıları: Butik Otel Yaklaşımı
Ece AYKOL - Rengin ZENGEL
- 226** Yavaş Şehir Olgusunun Kentsel Yaşam Kalitesi Üzerindeki Algılanan Etkisi
Yeşim COŞAR
- 241** Amik Ovası'nın Tarım (Agro) Turizmi Potansiyelinin Coğrafi Yaklaşımla İncelenmesi
Emre ÖZŞAHİN - Çağlar Kıvanç KAYMAZ

REKREASYON İNCELEMELERİ

Özkan TÛTÛNCÛ, Editör

- 258** II. Rekreasyon Terapisi Kampının Ardından
Merve KOCA - Sercin KOSOVA

TURİZM TARİHİNDEN

Mehmet ÖZDEMİR, Editör

- 260** Türk Turizm Tarihi İçerisinde Evliya Çelebi'nin Yeri ve Önemi
Mehmet ÖZDEMİR

TÛRK TURİZM ARAşTIRMACILARI

Metin KOZAK, Editör

- 269** İğdır'dan Dallas'a, Dallas'tan Kuşadası'na Uzanan Bir Başarı Öyküsü:
Bahattin Rızaoğlu
Murat HANÇER

- 272** Gönülsüz Ayrılık: *Cemil Boyacı*
Beykan ÇİZEL

- 275** Türkiye'de Turizm Disiplininden Gelen İlk Rektör: *Necdet Hacıoğlu*
Cevdet AVCIKURT

Arkası var

İÇİNDEKİLER**TÜRK TURİZM ARAŞTIRMACILARI (Devam)***Metin KOZAK, Editör*

- 279** Bürokrasiden Akademiye Turizmde Gelişmenin Köşetaşlarının Döşenmesi:
Nüzhet Kahraman
Oğuz TÜRKAY

- 285** Turizmde Sıradışı Bir Karakter: *Öcal Usta*
Zeynep ASLAN

ETKİNLİKLERİMİZ*Nazmi KOZAK, Editör*

- 289** Anadolu Üniversitesi Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde 2010 – 2013
Yılları Arasında Gerçekleştirilen Faaliyetler Üzerine Değerlendirme
Nazmi KOZAK

KONFERANS NOTLARI*Osman GÜLDEMİR, Editör*

- 313** Cittaslow Gökçeada "Eko-Gastronomi Kongresi" Ardından
E. Ozan AKSÖZ

- 314** "Türkiye, İzmir ve Foça Turizmi: 2013 Değerlendirmesi ve Gelecekte
Beklentiler" Paneli
Nil SONUÇ

- 315** IV. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu'nun Ardından...
Şule ÇÖLBAY

- 316** III. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi'nin Ardından
Dönüş ÇİÇEK

- 317** Önemli buluşmanın 2014 sürümünün ardından...
Hanım Kader ŞANLIÖZ ÖZGEN

- 319** VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi'nin Ardından
Kübra AŞAN

- 322** TÜRKÇE MAKALE DİZİNİ
Deniz KARAGÖZ

- 326** LİSANSÜSTÜ TEZ ÖZETLERİ
Hatice GÜÇLÜ NERGİZ

- 333** 2014 YILI YAYIN, YAZAR DİZİNİ VE HAKEM LİSTESİ

- 335** ANATOLIA: TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ MAKALE HAZIRLAMA
VE YAYIM BİLGİLERİ

Seyahat Acentelerinde Otantik Liderliğin alışanların Yalakalık Eğilimlerine Etkisi

The Effect of Authentic Leadership on Employees' Sycophancy Tendency in Travel Agencies

Özkan TÖTÖNCÖ*, Yılmaz AKGÖNDÖZ**

* *Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Spor Bilimleri ve Teknoloğisi Yüksekokulu, Rekreasyon Bölümü, Sağlık Kampusu, 35340, İnciraltı, İzmir*
E posta: ozkan.tutuncu@deu.edu.tr

***Yrd. Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakóltesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Çiftlikköy Kampusu, 33343, Yenişehir, Mersin*
E posta: yilmazakgunduz@mersin.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 14 Eylül 2013

Birinci değerlendirme: 23 Ekim 2013

İkinci değerlendirme: 19 Aralık 2013

Kabul: 22 Aralık 2013

Anahtar sözcükler:

Otantik liderlik, Yalakalık, Seyahat acenteleri.

ÖZ

Etik liderlik kuramına bağlı olarak geliştirilen otantik liderlik; liderin umut, iyimserlik ve güven gibi pozitif psikolojik değerlere bağlı olarak izleyenlerini motive etmesine dayanmaktadır. Bu çalışmada yöneticilerin otantik liderlik davranışlarının, çalışanların yalakalık eğilimine etkisinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla Otantik Liderlik Envanterinden yararlanılarak bir anket oluşturulmuştur. Anket kolayda örnekleme yöntemi ile Kuşadası'nda bulunan seyahat acentesi çalışanlarına yüz yüze ve bırak-topla anket toplama tekniği kullanılarak 2013 yılının şubat ayında uygulanmıştır. Araştırmaya 126 seyahat acentesi çalışanı katılmıştır. Yapılan oklu regresyon analizi sonucunda otantik liderliğin dengeli davranış ve bireysel farkındalık boyutlarının çalışanların yalakalık eğilimlerini negatif olarak etkilediği belirlenmiştir. Bu etkiye bağlı olarak seyahat acentesi yöneticilerine, çalışanların güvenini kazanmaları ve yalakalık yapılarak daha başarılı olunamayacağı algısını yaratmaları için dengeli davranış ve bireysel farkındalık davranışlarını göstermeleri önerilebilir.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 14 September 2013

Resubmitted: 23 October 2013

Resubmitted: 19 December 2013

Accepted: 22 December 2013

Key words:

Authentic leadership, Sycophancy, Travel agencies.

ABSTRACT

Authentic leadership which is developed depending Ethical Leadership Theory, is based on motivating the followers by establishing psychological values such as hope, optimism and trust. This research seeks to find out the effect of managers' authentic leadership behaviors on employees' sycophancy tendency. For this purpose, Authentic Leadership Inventory was used in data collection. The study drew its data by convenience sampling method through face to face and ball-drop questionnaires applied to 126 employees of travel agencies in Kuşadası, in February 2013. As a result of multiple regression analysis, it is revealed that the balanced processing and self-awareness that is, sub-dimensions of authentic leadership have negative effect on the perception of the employees about being more successful by buttering up to managers. The findings suggest to travel agency managers that by showing balanced processing and self-awareness behaviors to the employees, the perception of being more successful by buttering up could be prevented and employee trust could be gained as well.

GİRİş

Rekabetin artması ile birlikte işletmelerin başarılı olabilmeleri için yenilikçi, motivasyonu yüksek, değişime hızlı uyum sağlayabilen ve işine bağlı çalışanlara olan ihtiyaçları arttırmıştır. Ancak günümüzde çalışanların iş tatmin düzeyi oldukça düşük düzeyde kalmakta (Bayrak Kök 2006) ve çalışanlar daha iyi şartlarda yeni bir iş bulduklarında çalıştıkları örgütü değiştirmek istemektedirler (Abraham 1999; McNatt ve Judge 2008). Bu bağlamda yöne-

ticilerin davranışları çalışanların iş tatminlerini, motivasyonlarını, işe ve örgüte yönelik tutumlarını etkilemektedir (Ogbonna ve Harris 2000; Scandura ve Williams 2004; Steyrer, Schiffinger ve Lang 2008; Tims, Bakker ve Xanthopoulou 2011; Wang, Tsui ve Xin 2011).

İnsan ilişkilerinin yoğun olarak yaşandığı sektörlerde bazı çalışanların kişisel kazanç sağlamak için etik dışı davranışlarda buldukları görölmektedir (Murhpy, Smith ve Daley 1992; Wong 1998; Val-

len ve Casado 2000; Yeung 2004). Gerek işgören-işgören gerekse işgören-yönetici arasında yaşanan ilişkilerde sergilenen en yaygın etik dışı davranışlar; ayrımcılık, kayırma, rüşvet, yıldırma, ihmal, sömürü, bencillik, yolsuzluk, işkence, yaranma (dalkavukluk-yalakalık), şiddet (baskı-saldırganlık), ilişkilere politika karıştırma, hakaret ve küfür, bedensel ve cinsel taciz, kötü alışkanlıklar, görev ve yetkinin kötüye kullanımı, dedikodu (söylenti), zimmet, dogmatik davranış ve yobazlıktır (Acar 2000:40-44; Aydın 2001:60-69).

Bu çalışmada yöneticilerin otantik liderlik davranışlarının çalışanların yalakalık eğilimine etkisinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda öncelikle otantik liderlik ve yalakalık konularının kuramsal çerçevesi oluşturulmaya çalışılmıştır. Çalışmanın araştırma kısmında, Kuşadası'nda bulunan seyahat acentelerinde çalışan işgörenlerden toplanan veriler analiz edilmiştir. Son olarak ise korelasyon ve regresyon analizleri yapılarak analiz sonuçları değerlendirilmiş ve önerilerde bulunulmuştur.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Otantik Liderlik

Etik liderlik, izleyicilerin davranışlarını yönlendirmek için etik standartlar geliştiren, değerlerle etik standartları bütünleştiren ve bu etik standartları etkili şekilde uygulayan bir liderlik olarak kabul edilmektedir (Connock ve Johns 1995:2). Etik liderliğin bir türü olan otantik liderlik teorisi ise umut, iyimserlik, öznel iyi oluş ve duygusal zeka gibi pozitif duygulara odaklandığı için pozitif örgütsel davranış içerisinde yer alan liderlik teorilerinden biri olarak kabul edilmektedir (Luthans 2002; Luthans vd. 2001; Yammarino vd. 2008). Otantik liderlikte esas olan güvenilir olma ve etiğe uygun davranmaktır (Turhan 2007).

Otantik liderin izleyenlerini etkilemede kullandığı temel unsur güvenilirliğidir. Otantik liderler karar ve eylemlerinde etik değerlere bağlı kalarak açık ve şeffaf davrandığı için izleyicileri tarafından güvenilir bir lider olarak kabul edilirler (Kernis 2003). Avolio, Bass ve Jung (1999:4) otantik lideri kendi düşüncelerinin, davranışlarının ve diğerleri tarafından nasıl algılandığının farkında olan; kendisinin ve diğerlerinin değerlerini, ahlaki bakış açılarını, bilgilerini ve güçlü yönlerini bilen; içinde bulunduğu ortamı tanıyan; kendisine güvenen;

umudu olan, iyimser ve sorunların üstesinden çabuk gelebilen ahlaki birey olarak tanımlamıştır. Luthans ve Avolio (2003) ise otantik liderliği pozitif liderlik yetenekleri ve gelişmiş örgüt kavramının birleştiği bir süreç olarak ifade etmiştir. Avolio, Bass ve Jung (1999) ile Luthans ve Avolio'nun (2003) yaptığı tanımlardan yola çıkarak otantik lideri; kendi güçlü ve zayıf yönlerinin farkında olan, düşündüklerini davranışlarına yansıtan, izleyenlerinin hassas olduğu konuları bilmesine rağmen doğruluktan ve içtenlikten ödün vermeyen, çevresindeki insanlara umut, iyimserlik ve güven vererek motive eden, sorunları önyargılarına göre değil doğru bilgilere dayandırarak çözen birey olarak tanımlamak mümkündür.

Otantik liderler güçlü ve zayıf yönlerinin farkındadırlar. Bu nedenle, yakın ilişkilerinde duygularını ve düşüncelerini paylaşmak için daha yüksek seviyede dürüstlük, açıklık ve isteklilik gösterirler (Gardner vd. 2005:358). Otantik liderlere dışsal baskılar değil, kendi ahlak standartları ve değerleri rehberlik eder. Başkalarını mutlu etmek, menfaat sağlamak veya cezadan kaçmak için istemedikleri davranışları göstermezler (Luthans ve Avolio 2003; May vd. 2003).

Otantik liderler; güven, umut, iyimserlik, esneklik özellikleriyle kendini geleceğe uyumlu hale getirmek için çaba gösterirler. Bu, otantik liderin kendi farkındalığını pozitif olarak etkiler (Ilies, Morgeson ve Nahrgang 2005:376). Otantik liderlik bireysel farkındalık, ilişkisel şeffaflık, içselleştirilmiş ahlaki bakış ve dengeli davranış özellikleri üzerine kurulmuştur. *Bireysel farkındalık* liderin güçlü ve zayıf yönlerinin, kişisel özelliklerinin, değerlerinin ve duygularının farkında olmasını ve bunlara güvenmesini; *ilişkisel şeffaflık* liderin gerçek duygu ve düşüncelerini açıkça ifade etmesini; *dengeli davranış* liderin bir karar vermeden önce inkâr, abartma ve saptırma olmadan ilgili bütün bilgileri tarafsız olarak analiz etmesini; *içselleştirilmiş ahlaki bakış* ise şeffaf bir karar alma sürecini içermektedir (Luthans ve Avolio 2003; Kernis 2003; May vd. 2003).

Yalakalık

TDK'nın yaptığı tanıma göre; yalaka kelimesi dalkavuk ve sırnaşık anlamına; yalakalık ise yalakalık etmek anlamına gelmektedir (Türk Dil Kurumu 2013). Yalakalık davranışının özünde kişilerin kendilerine veya başkalarına menfaat sağlamak için

abartma, inkar ve gerçekleri saptırma gibi davranışlar göstermeleri vardır (Rosenthal ve Pittinsky 2006:622).

Yönetim sürecinde kararlarda, uygulamalarda, eylem ve işlemlerde kaçınılması gereken davranışlar arasında yer alan, mecazi anlamda dünyanın en eski mesleklerinden biri olarak kabul edilen yalalaklık, kendisine çıkar sağlayacak olanlara karşı aşırı bir saygı ve hayranlık göstererek yaranma davranışı olarak da ifade edilmektedir (Aydın 2001:60-69). Yönetim bilimi açısından bakıldığında yalalaklığın püf noktası liderin duymak istediklerini söylemek veya dobra dobra konuşmaktan şiddetle kaçınmaktır (Burke, Trahan ve Koonce 1999:200).

Yalalaklık her ne kadar toplumda kabul görmeyen bir davranış olarak ifade edilse de birçok kademede gereklilik olgusu haline gelmiştir (Lamberton ve Minor-Evans 1995:334). Çoğunlukla ast-üst ilişkilerinde gündeme gelen yaranma davranışının bir boyutu olarak değerlendirilebilecek yalalaklık, aynı statüdeki çalışanların kişisel yarar sağlamak için yöneticilerine yalalaklık yapmaları biçiminde ortaya çıkmakta ve çalışanların birbirinden tedirgin olmalarına da neden olabilmektedir (Gül 2006:70).

Çalışanlar davranışlarının doğrudan kendilerine bir yarar sağlayacağını algıladıklarında yöneticilerine saygılarını göstermek için abartılı davranışlarda bulunabilirler. Yalalaklık davranışı gösteren çalışanlar örgütte kendi pozisyonlarını sağlamlaştırdıklarını düşündüklerinde ise daha düşük rütbe veya statüye sahip çalışanları azarlamakta veya suistimal etmektedirler. Bu çalışanlar, örgüt içerisinde iyi bir konuma sahip olsalar bile diğerlerinin saygısını kazanmaları oldukça zordur (Dalton 2008:360).

İlk kez Snyder (1974) tarafından bireylerin içlerinden gelmemesine rağmen sosyal yönden uygun sayılan ölçütleri fark edip buna göre davranışlarını şekillendirmesi olarak ifade edilen kendini gösterim (self-monitoring) davranışı ile yalalaklık davranışının ilişkili olduğu söylenebilir. Düşük kendini gösterim özelliğine sahip çalışanlar, sosyal çevrelerinden dışlanmalarına neden olsa bile yaranmak için içlerinden gelmeyen davranışları göstermezken; yüksek kendini gösterim özelliğine sahip çalışanlar içlerinden gelmediği halde davranışlarını sosyal yönden uygun sayılan ölçütlere göre ayar-

lamak için çaba gösterirler (Turnley ve Bolino 2001; Umay 1993).

Otantik Liderlik ve Yalalaklık İlişkisi

Blau (1968) ve Homans'a (1958) göre sosyal değişim kuramının temel varsayımı, insanların ödüllendirilme beklentisi ile ilişkiye girmesi ve ilişkilerini sürdürmesidir (Ak.Lambe, Wittman ve Spekman 2001:4). Bu teoriye göre açıklanabilecek yalalaklık, örgüt içerisinde çalışanların terfi ve daha fazla ücret artışı elde etmek için yöneticilerine hoş görünmek amacıyla gösterdikleri davranışlardır. Örgüt içerisindeki yönetsel uygulamalara bağlı olarak, çalışanların yalalaklık davranışı göstermeleri kolaylaşmakta veya zorlaşmaktadır (Bingöl 2006:294). Ancak sosyal değişim kuramına göre çalışanların elde edeceği kazanımlar, yöneticilerinin takdirine bırakıldığı için (Gürbüz 2006) yalalaklık davranışının kendisine menfaat sağlayacağına yönelik inancı düşük olan çalışanların, bu davranışı göstermek için daha az istekli olacakları söylenebilir.

Örgüt kültürü ve liderin davranışları, çalışanların yalalaklık ile ilişkilendirilebilecek davranışlarını etkilemektedir (Bingöl 2006:294). Temel çıkış noktası lider ve izleyenler arasındaki karşılıklı güven ilişkisi olan otantik liderlik stilinde, menfaat sağlamak için çalışanların gösterdiği ahlaki olmayan davranışlar, yanlış bir uygulama olarak kabul edilir (Ilies, Morgeson ve Nahrgang 2005). Bu nedenle otantik liderin bulunduğu bir örgütte, çeşitli maddi ve sosyal kazanımlar elde etmek için çalışanların yalalaklık davranışından uzak durması beklenebilir. Otantik liderler ödüllendirme ve cezalandırma sürecinde çalışanlarının performanslarını ve örgüt içerisindeki davranışlarını esas alırlar (Kernis 2003). Bu nedenle yalalaklık davranışının kendisine menfaat sağlamayacağına inanan çalışanların, bu davranışı göstermeye daha az istekli olması beklenmektedir. Ayrıca otantik liderlerin yaptığı objektif ve adil değerlendirmeler, çalışanlarının liderlerine güvenmelerini sağlayacaktır. Nitekim yapılan çalışmalarda (Ilies, Morgeson ve Nahrgang 2005; Harter 2002; Harter, Schmidt ve Hayes 2002; May vd. 2003) liderin dengeli davranışının, ahlaki bakışının, bireysel farkındalığının ve ilişkisel şeffaflık özelliğinin, çalışanların yöneticilerine ve örgüte olan güvenlerini olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir. Buradan hareketle otantik liderlik davranışlarının çalışanların

yalalaklık eğilimine olan etkisini belirlemek amacıyla, aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H1: Dengeli davranışın, çalışanların amirlerine yalalaklık yapma eğilimleri üzerinde negatif etkisi vardır.

H2: İçselleştirilmiş ahlaki bakışın, çalışanların amirlerine yalalaklık yapma eğilimleri üzerinde negatif etkisi vardır.

H3: Bireysel farkındalığın, çalışanların amirlerine yalalaklık yapma eğilimleri üzerinde negatif etkisi vardır.

H4: İlişkisel şeffaflığın, çalışanların amirlerine yalalaklık yapma eğilimleri üzerinde negatif etkisi vardır.

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Örgüt kültürünün ve yöneticilerin liderlik davranışlarının, çalışanların yalalaklık davranışı gösterme eğilimleri üzerinde etkili olduğu kabul edilmektedir (Bingöl 2006:294). Bu çalışmada seyahat acentelerinde yöneticilerin otantik liderlik davranışlarının, çalışanların yalalaklık eğilimine olan etkisinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmanın alan araştırması Kuşadası'nda bulunan seyahat acentelerinde yapılmıştır. Araştırmanın yapıldığı 2013 yılı Şubat ayında TURSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği 2013) kayıtlarına göre 111 adet A Sınıfı, iki adet B Sınıfı ve bir adet C Sınıfı olmak üzere toplam 114 adet seyahat acentesi bulunmaktadır. Araştırmanın yapıldığı dönemde aktif olarak faaliyetlerini sürdüren ve araştırmacılar tarafından ulaşılan 48 seyahat acentesinde çalışan 174 kişi çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Ana kütleden %95 güvenirlilik sınırları içerisinde %5'lik hata payı dikkate alınarak örneklem büyüklüğü 120 kişi olarak hesaplanmıştır (Sekaran 2002). Araştırmada ankete cevap veren tüm çalışanlar örnekleme dahil edilmek istendiği için kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Alan araştırması sırasında acentede bulunan ve cevaplama kabul eden çalışanlara yüz yüze anket toplama yöntemi kullanılmakla birlikte acentede bulunmayan veya daha sonra anketi cevaplamak isteyen acente çalışanları için bırak-topla anket toplama yöntemi tercih edilmiştir. Araştırma dönemi sonunda toplanan 132 anketten ön kabul şartlarına sahip olmayan altı anket çıkarıldıktan sonra kalan 126 anket geçerli olarak kabul edilmiştir.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada veriler, alan yazına dayalı olarak geliştirilen bir anket ile toplanmıştır. Ankette bağımsız ve bağımlı değişkene yönelik ifadelerin yanı sıra, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik dört adet kapalı uçlu soru yer almaktadır. Anket formunda yöneticilerin liderlik davranışlarını belirlemek amacıyla Neider ve Schriesheim (2011) tarafından geliştirilen Otantik Liderlik Envanteri'nden (Authentic Leadership Inventory -ALI) yararlanılmıştır. Envanter; bireysel farkındalık (üç madde), ilişkisel şeffaflık (üç madde), içselleştirilmiş ahlaki bakış (dört madde) ve dengeli davranış (dört madde) boyutlarından oluşmaktadır. Envanterin ön-testi öğretim üyeleri ile gerçekleştirilerek, içerik geçerliliği sağlanmıştır.

Araştırma değişkenlerinin bir kurama dayandırılması veya günlük yaşantıdan esinlenerek belirlenmesi mümkündür (Knoke ve Bohrnstedt 1991). Ayrıca bağımlı değişkenlerin ölçülmesinde kompozit değişkenlerin yerine, tekli ve genel olarak başlayan ifadeler tercih edilebilir (Scarpello ve Campbell 1983). Bu araştırmanın bağımlı değişkeni olan yalalaklık ile ilgili henüz bir ölçek geliştirilmemiştir. Belirtilen açıklamalara bağlı olarak, bu çalışmada hem günlük yaşantıdan esinlenerek hem de sosyal değişim teorisine dayandırılarak bir bağımlı değişken ifadesi anket formuna eklenmiştir. Söz konusu bağımlı değişken ifadesi "Genel olarak yağcılık ve yalalaklık yapanlar, işte daha başarılı olurlar" olarak belirlenmiştir. Bağımlı ve bağımsız değişkenlere ait ifadelerin yanıt kategorileri "kesinlikle katılıyorum" ile başlayıp devam ederek Likert tipinde beşli olarak derecelendirilmiş ölçek ile ele alınmıştır.

BULGULAR

Araştırmaya Kuşadası'nda bulunan seyahat acentelerinde çalışan 126 kişi katılmıştır. Araştırmaya katılanların %37'si (46 kişi) kadın, %63'ü (80 kişi) erkektir. %60'ı (76 kişi) evli olup, %40'ı (40 kişi) bekârdır. %19'u (23 kişi) ilköğretim, %21'i lise ve dengi (26 kişi), %60'ı (77 kişi) üniversite mezundur. %21'inin (26 kişi) yaş aralığı 25 ve altı, %56'sının (69 kişi) yaş aralığı 26 ile 35, %27'sinin (29 kişi) yaş aralığı ise 36 ve üstüdür.

Demografik verilere ilişkin bulgulardan sonra otantik liderlik envanterinin yapısal geçerliliği ve

içsel tutarlılığı test edilmiştir. Envanterin güvenilirliğini test etmek amacıyla her bir boyuta yönelik güvenilirlik (Cronbach's Alpha) değerleri hesaplanmıştır. Yapısal geçerliliğini belirlemek amacıyla ise açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Faktör sayısının tespitinde öz değerlerin 1'den büyük olmasına, maddenin ilgili faktör ile en az 0,300 düzeyinde yüke sahip olmasına (Hair, Money ve Samouel 2007:99-100), bir faktörün en az üç maddeden oluşmasına, binişik durumda olan iki faktör arasındaki yük farkının en az 0,100 olmasına (Tavşancıl 2002:50) ve Varimax dönüşümü uygulanmasına karar verilmiştir.

Otantik Liderlik Envanteri için faktör analizi sonucunda Kaiser-Meyer-Olkin örneklem değeri 0,725; Barlet Testi değeri 816,241 ve $p < 0,05$ düzeyinde gerçekleşmiştir. Bu iki sonuç verinin faktör analizine uygunluğuna ve çok değişkenli normal dağılım gösterdiğine bir kanıt oluşturmaktadır (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk 2010:208).

Tablo 1'e göre, ilk faktör dört maddeden oluşmakta ve toplam varyansın %20,9'unu açıklamak-

tadır. Bu faktörde liderin inanç ve davranışlarındaki tutarlılık (,885), karar verirken kendi öz değerlerine bağlı kalması (,867), baskılara direnmesi (,830) ve davranışlarına ahlaki değerlerinin rehberlik etmesi (,812) maddeleri bir araya gelmiştir. Bu nedenle faktöre "İçselleştirilmiş Ahlaki Bakış" adı verilmiştir.

İkinci faktör toplam varyansın %18,8'ini açıklamaktadır. Dört maddeden oluşan ikinci faktörde liderin kendi değerlerine karşı fikirlerin açıklanmasını istemesi (,850), farklı bakış açılarını dikkate alması (,835), ilgili verileri tarafsız olarak araştırması (,796) ve karşıt görüşlerin dile getirilmesi için izleyenlerini cesaretlendirmesi (,857) maddeleri bir araya gelmiştir. Bu nedenle faktör "Dengeli Davranış" olarak adlandırılmıştır.

Ölçeğin üçüncü faktörü 3 maddeden oluşmakta ve varyansın %16,9'unu açıklamaktadır. Bireysel Farkındalık olarak adlandırılan bu faktörde liderin başkaları tarafından nasıl görüldüğünün farkında olması (,891), kendi güçlü ve zayıf yönlerinin farkında olması (,876) ve başkalarının üzerindeki et-

Tablo 1. Otantik Liderlik Envanteri ile İlgili Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

	Faktör Yüğü	Öz değeri	Varyansın Açıklanma Oranı
İçselleştirilmiş Ahlaki Bakış		3,3437	20,964
Liderimin inandıkları ve davranışları arasında tutarlılık vardır.	,885		
Liderim karar verirken kendi öz değerlerini kullanır.	,867		
Liderim inandıklarının tersine davranması istendiğinde, baskılara direnir.	,830		
Liderimin davranışlarına sahip olduğu ahlaki değerler rehberlik eder.	,812		
Dengeli Davranış		2,784	18,812
Liderim kendi öz değerlerine karşı olan fikirlerin açıklanmasını ister.	,850		
Liderim bir karara varmadan önce farklı bakış açılarını dikkatle dinler.	,835		
Liderim karar vermeden önce ilgili verileri tarafsız olarak araştırır.	,796		
Liderim karşıt görüşlerini dile getirmesi için başkalarını cesaretlendirir.	,717		
Bireysel Farkındalık		2,221	16,893
Liderim kendi yeteneklerinin başkaları tarafından nasıl görüldüğünün farkındadır.	,891		
Liderim kendi güçlü ve zayıf yönlerinin farkındadır.	,876		
Liderim başkaları üzerindeki etkisinin açıkça farkındadır.	,857		
İlişkisel Şeffaflık		1,806	16,531
Liderim söylemek istediklerini açıkça ifade eder.	,888		
Liderim bildiklerini açık bir şekilde başkalarıyla paylaşır.	,869		
Liderim düşüncelerini ve fikirlerini başkalarına açıkça ifade eder.	,844		

Faktör Çıkarma Metodu: Temel Bileşenler Analizi; Döndürme metodu: Varimax

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği : %72,5 $p < 0,05$

Barlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 816,241

Açıklanan toplam varyans: %73,20; Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: 0,850

kisinin farkında olması (,857) maddeleri bir araya gelmiştir.

Ölçeğin son faktörü İlişkisel Şeffaflık olarak adlandırılmıştır. Üç maddeden oluşan faktör liderin söylemek istediklerini açıkça ifade etmesi (,888), bildiklerini başkaları ile paylaşması (,869), düşüncelerini başkalarına açıkça ifade etmesi (,844) maddelerinden oluşmakta ve varyansın %16,5'ini açıklamaktadır.

Otantik liderlik davranışlarının kendi aralarındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi sonuçları, ortalamaları, standart sapmaları ve alpha değerleri Tablo 2'de görülmektedir.

Korelasyon tablosu incelendiğinde; otantik liderlik envanterinin tüm alt boyutları arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu ve ilişkinin ,140 ile ,482 arasında değiştiği görülmektedir. Ayrıca envanterin alt boyutları arasında en yüksek ilişkinin bireysel farkındalık ile dengeli davranış boyutu arasında ($r=,482$ $p<,01$), en düşük ilişkinin ise içselleştirilmiş ahlaki bakış ile ilişkisel şeffaflık arasında ($r=,140$ $p<,05$) olduğu da görülmektedir.

Yöneticilerin otantik liderlik davranışlarının, seyahat acentelerinde çalışanların yalabalık eğilimine etkisini belirlemek amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Bağımlı değişken (genel olarak yağcılık ve yalabalık yapanlar, işte daha başarılı olurlar) üzerinde birden fazla bağımsız değişkenin (dengeli davranış, ilişkisel şeffaflık, içselleştirilmiş ahlaki bakış ve bireysel farkındalık) toplu etkisini belirlemek için yapılan çoklu regresyon analizi Tablo 3'de yer almaktadır.

Tablo 3'te çalışanların yalabalık yapılarak daha başarılı olunacağına ilişkin algılarında yöneticilerinin gösterdiği içselleştirilmiş ahlaki bakış ve ilişkisel şeffaflık davranışının 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Modelde dengeli davranış değişkenindeki bir birimlik artışın çalışanların yalabalık eğilimi üzerinde 0,309 birim; bireysel farkındalık değişkenindeki 1 birimlik artışın ise çalışanların yalabalık eğilimi üzerinde 0,262 birim azalışa neden olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara bağlı olarak H1 ve H3 hipotezleri kabul edilirken, H2 ve H4 hipotezleri reddedilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kuramsal Çıktılar

Yapılan alanyazın incelemesinde yalabalık ile ilgili ampirik bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle kuramsal çıktılar bölümünde etik ve otantik liderlikle ilgili yapılan çalışmalardan örnekler verilmiştir. Acar ve Kaya (2012), yöneticilerin etik iklim oluşturduklarına dair çalışan görüşlerinin yaşa ve mesleki tecrübeye göre farklılaştığını; Brown, Trevino ve Harrison (2005:120) etik liderliğin çalışanların etik karar vermeleri üzerinde etkili olduğunu; Costa ve McCrea (1992), Walumbwa ve Schaubroeck (2009:1278) sorumluluk, güvenilirlik ve doğruluğun, dürüstlüğün göstergesi olduğunu ve bu davranışların aynı zamanda etik liderlikle aralarında anlamlı bir ilişkinin olduğunu; Mayer vd. (2009; 2012) etik liderliğin örgüt içerisinde olması istenmeyen sapkın davranışların azalmasında etkili olduğunu; Walumbwa, Morrison ve Christensen (2012) etik liderliğin grup içindeki davranışların belirlenmesinde önemli bir etken olduğunu ortaya koymuşlardır.

Tablo 2. Otantik Liderlik ve Yalabalık Değişkenlerine İlişkin Korelasyon Matrisi

Değişkenler	1	2	3	4
Dengeli Davranış (1)	1			
Bireysel Farkındalık (2)	0,482**	1		
İçselleştirilmiş Ahlaki Bakış (3)	0,161*	0,469**	1	
İlişkisel Şeffaflık (4)	0,287**	0,166*	0,140*	1
Ortalama	3,598	3,814	4,251	4,057
Standart Hata	1,025	0,982	1,183	0,873
Cronbach's Alpha	0,839**	0,874**	0,773**	0,870**

* $p<,05$ ** $p<,01$

Tablo 3. Otantik Liderlik Davranışlarının Yalalaklık Yapma Eğilimine Etkisini İnceleyen Regresyon Analizi

Bağımsız Değişkenler	β	t	Sig.
(Sabit)		9,770	,000
Dengeli Davranış	-,309	-2,945	,004
Bireysel Farkındalık	-,262	-2,241	,027
İçselleştirilmiş Ahlaki Bakış	,065	,628	,531
İlişkisel Şeffaflık	-,061	-,759	,450
F	9,471		
R	,488		
R ²	,238		

Otantik liderliğin çalışanların örgüte ve yöneticiye güvenleri (Gardner vd. 2005), iyimserlik, bağlılık ve iyimserlik duyguları (May vd. 2003) ve psikolojik iyi oluşları (Erickson 1995; Harter 2002; Harter, Schmidt ve Hayes 2002; Ilies, Morgeson ve Nahrgang 2005) üzerinde olumlu etkilerinin olduğu belirlenmiştir. Kuşadası'nda yapılan bu çalışmada dengeli davranış ve bireysel farkındalık boyutlarının, çalışanların yalalaklık eğilimleri üzerinde negatif etkisinin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca bu çalışmada yöneticilerin içselleştirilmiş ahlaki bakış ve ilişkisel şeffaflık özelliklerinin, çalışanların yalalaklık eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı da belirlenmiştir.

Otantik liderliğin yalalaklık üzerinde olumsuz etkilerinin belirlendiği bu çalışmanın bulguları ile otantik liderliğin izleyenlerin güvenlerini artırdığını belirleyen çalışmaların bulgularının, benzeştiğini söylemek mümkündür. Otantik liderler kendi güçlü ve zayıf yönlerinin farkında olup, karar verme sürecinde adil davranmakta ve gerçek duyguları ile hareket etmektedirler. Bu kapsamda otantik liderlik stilinde, çalışanların kendilerine menfaat sağlamak için liderlerine hoş görünme, gereksiz iltifat etme veya gerçek görüşlerini belirtmeme gibi davranışlarda bulunmaları beklenemez.

Uygulamaya Yönelik Çıktılar

Bu çalışmada yöneticilerin göstermiş olduğu dengeli davranış ve bireysel farkındalık davranışlarının, çalışanların yalalaklık eğilimlerini azaltıcı etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Bazı çalışanların yöneticilerine iltifat ederek veya itiraz etmeyerek, daha başarılı olunabileceği algısına sahip olmaları mümkündür. Çalışanlarının böyle bir algıya kapıl-

malarını istemeyen yöneticiler, kendi güçlü/zayıf yönlerini dikkate alarak, bütün bilgileri tarafsız bir şekilde analiz etmelidirler.

Otantik liderliğin çalışanların yalalaklık eğilimleri üzerindeki negatif etkisine bağlı olarak, yöneticilerin göstereceği dengeli davranış ve bireysel farkındalık davranışlarının, etik bir örgüt ikliminin oluşmasına katkı sağlayacağı da söylenebilir. Yöneticilerinin karar verme sürecinde konuyla ilgili tüm bilgileri objektif olarak değerlendirdiğine inanan çalışanlar, yöneticilerine ve dolayısıyla örgüte daha fazla güven duyabileceklerdir.

Çalışmanın Sınırlılıkları

Bu çalışma Kuşadası'nda faaliyet gösteren seyahat acentelerinde görev yapan çalışanlarla sınırlandırılmıştır. Çalışmanın konaklama, ulaştırma ve yiyecek-içecek işletmelerinde de uygulanması, farklı bölgelerle birlikte yapılması ve örneklem sayısının artırılması daha farklı ve sağlıklı yorumların yapılmasına yardımcı olabilecektir.

Çalışmada yararlanılan anket formunda otantik liderlik davranışlarını ölçmek amacıyla Neider ve Schriesheim (2011) tarafından geliştirilen Otantik Liderlik Envanteri'nden yararlanılmıştır. Bu alandaki diğer çalışmalarda otantik liderlik davranışını ölçmek için Avolio, Gardner ve Walumbwa (2007) tarafından geliştirilen *Authentic Leadership Questionnaire-ALQ*'dan yararlanılabilir. Ayrıca bundan sonraki çalışmalarda otantik liderlik ve yalalaklık ile birlikte kişilik özellikleri ve örgütsel bağlılığa ilişkin ifadeler yer verilmesi; konaklama, ulaştırma ve yiyecek-içecek işletmelerinde de uygulanması daha farklı hipotezlerin sınanmasına ve yeni çıkarımlarda bulunulmasına katkıda bulunabilir.

KAYNAKÇA

- Abraham, R. (1999). The Relationship between Differential Inequity, Job Satisfaction, Intention to Turnover, and Self-Esteem, *The Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 133(2): 205-215.
- Acar, A. G. (2000). Etik Değerlerin Kurumsallaştırılması Üzerine Bir Araştırma (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Acar, G. ve Kaya, M. (2012). Okul Yöneticilerinin Etik Liderlik Davranışlarına İlişkin Beden Eğitimi Öğretmenlerinin Görüşleri, *Selçuk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 14(1): 95-102.
- Avolio, B. J., Bass, B. M., ve Jung, D. I. (1999). Re-examining the Components of Transformational and Transactional Leadership Using the Multifactor Leadership Questionnaire, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 72: 441-462.
- Avolio, B., Luthans, F. ve Walumbwa, F.O. (2004). Authentic leadership: Theory-Building for Veritable Sustained Performance. *Working Paper*. Gallup Leadership Institute, University of Nebraska, Lincoln.
- Avolio, B.J., Gardner, W.L. ve Walumbwa, F.O. (2007). *Authentic Leadership Questionnaire*. www.mindgarden.com, Erişim tarihi: 10 Aralık 2010.
- Aydın, İ. P. (2001). *Yönetimsel, Mesleki ve Örgütsel Etik*. 2. Baskı, İstanbul: Pegem Yayıncılık.
- BayrakKök, S. (2006). İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılığın İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(1): 291-310.
- Blau, P. M. (1960). A Theory of Social Integration, *The American Journal of Sociology*, 65 (6): 545-556.
- Bingöl, D. (2006). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. 6. Baskı, İstanbul: Arınan Basım Yayın.
- Bolat, O. İ., Bolat, T. ve Aytemiz Seymen, O. (2009). Güçlendirici Lider Davranışları ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkinin Sosyal Mübadele Kuramından Hareketle İncelenmesi, *BAÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(21): 215-239.
- Brown, M. E., Treviño, L. K. ve Harrison, D. (2005). Ethical Leadership: A Social Learning Perspective for Construct Development and Testing, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97: 117-134.
- Burke, W., Trahan, W. ve Koonce, R. (1999). *Business Climate Shifts Profiles of ChangeMakers*. Boston, MA: Butterworth Heineman.
- Çokluk, Ö., Şekercioglu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve Lisrel Uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Connock, S. ve Johns, T. (1995). *Ethical Leadership*. Londra: Institute of Personal Development.
- Costa, P. T. ve McCrea, R. R. (1992). Four Ways Five Factors Are Basic, *Personality and Individual Differences*, 13: 653-665.
- Dalton, C. M. (2008). In My Opinion, *Business Horizons*, 51: 351-361.
- Erickson, R. J. (1995). Our Society, Our Selves: Becoming Authentic in an Inauthentic World, *Advanced Development*, 6: 27-39.
- Gardner, W.L., Avolio, B.J., Luthans, F., May, D.R. ve Walumbwa, F. (2005). Can You See The Real Me? Q A Self-Based Model of Authentic Leader and Follower Development, *The Leadership Quarterly*, 16: 343-372.
- Gül, H. (2006). Etik Dışı Davranışlar ve Ussallaştırılması: Devlet Hastanelerinde Bir Uygulama, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9(10): 65-79.
- Gupta, N., Conroy, S. A. ve Delery, J.E. (2012). The Many Faces of Pay Variation, *Human Resource Management*, 22: 100-115.
- Gürbüz, S. (2006). Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Duygusal Bağlılık Davranışı Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(1): 48-75.
- Hair, J. F. Jr., Money, A. H., Samouel, P. ve Page, M. (2007). *Research Methods for Business*. Chichester, England: John Wiley & Sons Ltd.
- Harter, J. K., Schmidt, F. L. ve Hayes, T. L. (2002). Business-Unit Level Relationship between Employee Satisfaction, Employee Engagement, and Business Outcomes: A Meta-Analysis, *Journal of Applied Psychology*, 87(2): 268-279.
- Harter, S. (2002). Authenticity. İçinde; C. R. Snyder, ve S. Lopez (Editörler) *Handbook of Positive Psychology* (ss. 382-394). Oxford: Oxford University Press.
- Homans, G. C. (1958). Social Behavior as Exchange, *American Journal of Sociology*, 63 (May): 597-606.
- Ilies, R., Morgeson, F.P., Nahrgang, J.D. (2005). Authentic Leadership and Eudaemonic Well-Being: Understanding Leader-Follower Outcomes, *The Leadership Quarterly*, 16: 373-394.
- Kernis, M. H. (2003). Toward a Conceptualization of Optimal Self-Esteem, *Psychological Inquiry*, 14: 1-26.
- Knoke, D. ve Bohrnstedt, G.W. (1991). *Basic Social Statistics*. New York: F.E.Peacock Publishers.
- Lambe, C.J., Wittmann, C.M. ve Spekman, R. E. (2001). Social Exchange Theory and Research on Business-to-Business Relational Exchange, *Journal of Business-to-Business Marketing*, 8(3): 1-36.
- Lamberton, L., Minor-Evans, L. (1995). *Human Relations: Strategies For Success*. Chicago: Irwin Mirror Press.
- Luthans, F. (2002). Positive Organizational Behavior: Developing and Managing Psychological Strengths, *Academy of Management Executive*, 16 (1): 57-72.
- Luthans, F. ve Avolio, B. (2003). Authentic Leadership: A Positive Development Approach. İçinde *Positive Organizational Scholarship: Foundation of A New Discipline*, K.S. Cameron, J. E. Dutton ve R.E. Quinn (Editörler) (ss.241-261). San Francisco: Berrett-Koehler.
- Luthans, F., Luthans, K. W., Hodgetts, R. M. ve Luthans, B. C. (2001). Positive Approach to Leadership (PAL): Implications for Today's Organizations, *Journal of Leadership Studies*, 8 (2): 3-20.
- May, D. R., Chan, A. Y. L., Hodges, T. D. ve Avolio, B. J. (2003). Developing the Moral Component of Authentic Leadership, *Organizational Dynamics*, 32: 247-260.
- Mayer, D. M., Aquino, K., Greenbaum, R. L. ve Kuenzi, M. (2012). Who Displays Ethical Leadership and Why Does it Matter: An Examination of Antecedents and Consequences of Ethical Leadership, *Academy of Management Journal*, 55: 151-171.
- Mayer, D. M., Kuenzi, M., Greenbaum, R., Bardes, M. ve Salvador, R. (2009). How Low Does Ethical Leadership Flow? Test of a Trickle-Down Model, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 108: 1-13.

- McNatt, B. ve Judge, T.A. (2008). Self-efficacy Intervention, Job Attitudes, and Turnover: A Field Experiment with Employees in Role Transition, *Human Relations*, 61(6): 783-810.
- Murphy, P. R., Smith, J. E. ve Daley, J. M. (1992). Executive Attitudes, Organizational Size and Ethical Issues: Perspectives on a Service Industry, *Journal of Business Ethics*, 11: 11-19.
- Neider, L.L. ve Schriesheim, C.A. (2011). The Authentic Leadership Inventory (ALI): Development and Empirical Test, *The Leadership Quarterly*, 22: 1146-1164.
- Ogbonna, E., ve Harris, L.C. (2000). Leadership Style, Organizational Culture and Performance: Empirical Evidence from UK Companies, *International Journal of Human Resource Management*, 11(4): 766-788.
- Rosenthal, S.A. ve Pittinsky, T.L. (2006). Narcissistic Leadership, *The Leadership Quarterly*, 17: 617-633.
- Scandura, T. A. ve Williams, E. A. (2004). Mentoring and Transformational Leadership: The Role of Supervisory Career Mentoring, *Journal of Vocational Behavior*, 65(3): 448-468.
- Scarpello, V. ve Campbell, J.P. (1983). Job Satisfaction and The Fit Between Individual and Organizational Rewards, *Journal of Occupational Psychology*, 56:315-328.
- Sekaran, U. (2002). *Research Method for Business*. Wiley, John ve Sons, Incorporated.
- Snyder, M. (1974). Self-Monitoring of Expressive Behavior, *Journal of Personality and Social Psychology*, 30(4): 526-537.
- Steyrer, J., Schiffinger, M., ve Lang, R. (2008). Organizational Commitment- A Missing Link Between Leadership Behavior and Organizational Performance?, *Scandinavian Journal of Management*, 24: 364-374.
- Tavşancıl, E. (2002). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım Ltd. Şti.
- Tims, M., Bakker, A. B. ve Xanthopoulou, D. (2011). Do Transformational Leaders Enhance Their Followers' Daily Work Engagement, *The Leadership Quarterly*, 22: 121-131.
- Turhan, M. (2007). Genel ve Mesleki Lise Yöneticilerinin Etik Liderlik Davranışlarının Okullardaki Sosyal Adalet Üzerindeki Etkisi (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*), Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Turnley, W. H., ve Bolino, M. C. (2001). Achieving Desired Images Which Avoiding Undesired Images: Exploring the Role of Self-Monitoring in Impression Management, *Journal of Applied Psychology*, 86: 351-360.
- Türk Dil Kurumu, <http://www.tdk.gov.tr>, Erişim tarihi: 10 Eylül 2013.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, <http://www.tursab.org.tr>, Erişim tarihi: 1 Şubat 2013.
- Umay, A. (1993). Matematik Problemleri Çözmede Bazı Kişilik Özelliklerinin Etkisi, *Eğitim ve Bilim*, 87: 60-66.
- Vallen, G. ve Casado, M. (2000). Ethical Principles for the Hospitality Curriculum, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Nisan: 44-51.
- Walumbwa, F. O. ve Schaubroeck, J. (2009). Leader Personality Traits and Employee Voice Behavior: Mediating Roles of Ethical Leadership and Work Group Psychological Safety, *Journal of Applied Psychology*, 94(5): 1275-1286.
- Walumbwa, F.O., Morrison, E.W. ve Christensen, A.L. (2012). The Effect of Ethical Leadership on Group Performance: The Mediating Role of Group Conscientiousness and Group Voice, *Leadership Quarterly*, 23: 953-964.
- Wang, H., Tsui, A. S. ve Xin, K.R. (2011). CEO Leadership Behaviors, Organizational Performance, and Employees' Attitudes, *The Leadership Quarterly*, 22: 92-105.
- Wong, S.C.K. (1998). Staff/Job-Related Ethics of Hotel Employees in Hong Kong, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(3): 107-115.
- Yammarino, F.J., Dionne, S.D., Schriesheim, C.A. ve Dansereau, F. (2008). Authentic Leadership and Positive Organizational Behavior: A Meso, Multi-Level Perspective, *The Leadership Quarterly*, 19: 693-707.
- Yeung, S. (2004). Hospitality Ethics Curriculum: An Industry Perspective, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(4): 253-262.

Engellilerin Turizm Kısıtları ve Turist Olma Niyeti İlişkisinde Aracı Değişkenler: Motivasyon Gücü ve Öğrenilmiş Çaresizlik

Mediating Variables in the Relationship between Tourism Constraints of People with Disabilities and Their Travel Intention: Strength of Motivation and Learned Helplessness

Beykan ÇİZEL*, Rabia Bato ÇİZEL**

* Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, 07058, Arapsuyu, Antalya.
E-posta: beykan@akdeniz.edu.tr

** Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, İİBF, Çalışma Ekonomisi Bölümü, 07058 Arapsuyu, Antalya.
E-posta: rabiacizel@akdeniz.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale İşlem Bilgileri:

Gönderilme tarihi: 23 Ekim 2013
Birinci değerlendirme: 23 Ocak 2014
İkinci değerlendirme: 28 Şubat 2014
Kabul: 2 Mart 2014

Anahtar sözcükler:

Engelliler, Turizm kısıtları,
Motivasyon gücü, Öğrenilmiş
çaresizlik, Turist olma niyeti.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 23 October 2013
Resubmitted: 23 January 2014
Resubmitted: 28 February 2014
Accepted: 2 March 2014

Key words:

People with disabilities, Tourism
constraints, Strength of motivation
and learned helplessness.

ÖZ

Bu çalışmanın amacı engelli bireylerin turizm kısıtları ile turist olma niyeti ilişkisi ve bu ilişkide psikolojik değişkenlerin (turist olma motivasyonu gücü ve öğrenilmiş çaresizlik) aracılık rolünü incelemektir. Bu bağlamda, turizm kısıtları ve turist olma niyeti ilişkisinde, öğrenilmiş çaresizlik ilk kez motivasyon gücünün sosyal ve psikolojik öncülü olarak öngörülmüş ve bu iki değişken ilk kez bir model içerisinde birlikte kullanılmıştır. Ölçüm aracını içeren anket, sistematik örnekleme yöntemi ile seçilen 239 engelliye uygulanmıştır. Değişkenler arası ilişkiler ve aracılık etkilerini test etmek için yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır. Yapılan analizler, turist olma niyeti ile turizm kısıtları arasındaki ilişkide sözü edilen iki psikolojik değişkenin kısmen aracılık etkisini göstermektedir. Bulgular engellilerin karşılaştıkları seyahat engelleri nedeniyle kendilerini çaresiz hissettikleri zaman turist olma motivasyonu gücünün düştüğünü ve dolayısıyla turizme katılma niyetinin azaldığını ortaya koymaktadır. Araştırma modelinde bu yönde ortaya konan görgül kanıt, ilgili yazın için yeni ve önemli bir katkıdır.

ABSTRACT

This study examines the relationship between tourism constraints and travel intention among people with disabilities as well as the mediating role of psychological variables (strength of motivation and learned helplessness) in this relationship. In this context, learned helplessness was hypothesized as the social and psychological antecedent of the strength of motivation in the relationship between tourism constraints and intention to travel. For the first time, both motivation and learned helplessness were examined in a single model testing this relationship. Questionnaires with the relevant measurement scales were administered to 249 people with disabilities selected using systematic sampling. Structural equation modelling indicated that the two stated psychological variables partially mediated the relationship between tourism constraints and intention to travel. The findings revealed that strength of motivation was reduced when participants were high in learned helplessness, which further decreased their intention to travel. The empirical evidence generated by the present research model constitutes a new and important contribution to the relevant literature.

GİRİŞ

Turizm, engelli bireylerin fiziksel, psikolojik ve ruh sağlığının gelişimine katkıda bulunabilir. Bunun ötesinde, turizm sosyal ilişki becerisinin kurulması ya da sürdürülmesi ve başkalarını anlama kapasitesinin arttırılması, ufkun genişlemesi, kültürler arası etkileşimin gelişmesi, yeni bilgilerin öğrenilmesi için kişilere fırsatlar sağlayarak bireylerin kişisel gelişim ve yaşam kalitesini arttırabilir. Toplumsal açıdan ise turizm, engellilerin sosyal uyum masraflarının azaltılması, sosyal bütünleşme ve sosyal eşitliğin hayata geçirilmesi dâhil olmak üzere pek çok fayda sağlayabilir.

Birleşmiş Milletler'e göre, dünya nüfusunun yaklaşık %10'u, diğer bir deyişle yaklaşık 700 milyon insan engellidir. Devlet İstatistik Enstitüsü tarafından 2002 yılında gerçekleştirilen Türkiye Engelliler Araştırması'nın verilerine göre ülkemizdeki engelli nüfusun toplam nüfusa oranı %12,29 olarak saptanmıştır. Bu orana göre, ülkemizde yaklaşık 8 milyon engellinin bulunduğu tahmin edilmektedir. Bu rakamlar dünyada ve ülkemizde ciddi bir engelli turist potansiyelinin olduğunu göstermektedir. Ülkemizdeki engellilerin turist olma niyetleri güçlü olursa turizm işletmelerimizin bu potansiyelden yararlanma düzeyi artacaktır. Engellilerin dünya

genelinde olduğu gibi Türkiye’de de turizme katılım arzularının fark edilmesi ve bu pazarın kârlı bir niş pazar olarak görülmesi, engelli turizmüne yönelik ilgiyi arttırmıştır. Artan bu ilgi akademik yazında da kendisini hissettirmiştir. Uluslararası yazın incelendiğinde, engellilerin seyahat engelleri (Smith 1987; Cavinato ve Cuckovich 1992; Abeyraine 1995), seyahat karar alma süreçleri (Smith 1987; Shaw ve Coles 2004), tatil anlamları, motivasyonları, deneyim ve memnuniyetleri (Jakson vd. 1993; Darcy 2002; Yau vd. 2004; Daniels vd. 2005), seyahat acentaları rolündeki algılar (McKercher vd. 2003) seyahat niyetini etkileyen faktörler (Lee vd. 2011; Alexandris vd. 2011) gibi farklı konu başlıklarında çalışmalara rastlamak mümkündür. Ulusal yazında ise engellilere yönelik turizm imkânlarının değerlendirilmesine yönelik az sayıda çalışma göze çarpmaktadır (Artar ve Karabacakoglu 2003; Öztürk vd. 2008).

Uluslararası yazında yapılan çalışmalarda, araştırmacıların önemle üzerinde durdukları konulardan biri, engellilerin turizm kısıtlarının belirlenmesidir. Engelli olanlar olmayanlara göre doğası ve şiddeti farklı olan kısıtlamaları tecrübe edebilirler. İlgili yazında turizm kısıtları ile engellilerin turizm faaliyetlerine katılma niyeti arasında doğrudan negatif bir ilişki olduğu sıkça tanımlanır (Smith 1987; Jackson 1993) ve bu yüzden de engelli kişilerin turizme katılımlarını artırmak için, bu tür engellerin ortadan kaldırılması önerilir (Israeli 2002; McKercher vd. 2003; Öztürk vd. 2008). Ancak, sözü edilen doğrudan kuvvetli negatif ilişkinin varlığı görgül araştırmalar ile kanıtlanamamıştır.

Engellilerin karşılaştığı seyahat engellerini belirlemeye çalışan Smith (1987) turizm kısıtlarını içsel, çevresel ve etkileşimsel olarak üç boyutta ele alırken, Gladwell ve Bedini (2004) ise engellilerin turizm kısıtlarını psikolojik, sosyal ve duygusal engeller olarak sınıflandırmıştır. Engellilerin turizm kısıtlarını, bireysel, kişilerarası ve yapısal olmak üzere üç boyutta sınıflandıran çalışmalarda vardır (Crawford ve Godbey 1987; Crawford vd. 1991). Yapılan tanımlarda farklılıklar olmakla beraber ortak olan fikir, turizm faaliyetlerine katılma yönündeki engellerin bu tür faaliyetlere katılımı azaltan ve katılımcıların zevk almalarını engelleyen faktörler olduğudur. Yukarıda sözü edilen çalışmalar nitel yöntemlere dayalı olarak, engellilerin turizm kısıtlarının neler olduğuna yönelik tipolojiler ortaya koymuşlardır. Temel saptamaları ve katkıları ise

sözü edilen kısıtları ortadan kaldırmanın, engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılma niyetlerini doğrudan veya dolaylı olarak artıracacağı yönündedir. Ancak, seyahat kısıtları ile seyahat niyeti arasındaki kuvvetli doğrudan ilişkinin varlığı, yapılan görgül araştırmalarda saptanamamıştır (Alexandris vd. 2002; Stalp 2006; Alexandris vd. 2007; Son vd. 2008; Lee vd. 2011). Sözü edilen araştırmalarda yazarlar, seyahat kısıtları ve seyahat niyeti arasındaki mantıksal ilişkiyi kuvvetlendiren aracı değişkenleri ekledikleri modelleri, yapısal eşitlik modelleme yöntemi ile test etmişlerdir. Alexandris vd. (2011) motivasyon gücünü aracı değişken olarak kullanırken, Lee vd. (2011) ise çalışmalarında öğrenilmiş çaresizliği aracı değişken olarak kullanmışlardır.

Smith (1987), engelli turistlerin karar verme sürecinde çeşitli engellerle karşılaşabileceklerini ancak seyahate katılmak için nihai kararlarında bu engellerin etkisinin çaresizlik algıları da dâhil olmak üzere bir dizi kişisel özelliklere bağlı olabileceğini ifade etmektedir. Seyahat niyeti, kısmen, karar alma sürecinin çeşitli aşamalarında mevcut olabilen çeşitli engellerin üstesinden gelerek oluşturulur. İlgili yazın, engelli kişilerin turizme katılım kararı verirken doğrudan seyahat engellerinin etkili olduğu saptamasını yetersiz bulmakta ve seyahat kararını etkileyen diğer değişkenlerin de incelenmesi gerektiğini belirtmektedir (Smith 1987; Lee vd. 2011; Alexandris vd. 2011). Seyahat kararı; motivasyon, yaşam tarzı ve değerler, kişilik ve sosyo-ekonomik özellikler gibi karmaşık bir dizi içsel değişkenlere dayalıdır (Pearce 2005). Ayrıca seyahat kararı veren birey, dış engellerle de karşılaşabilir. Dahası bireyin yeteneğinin (Alegre vd. 2010) daha eleştirel değerlendirilmesi, turizm faaliyetlerine katılma kararında önemli bir rol oynar. Bu bağlamda, seyahat kısıtlamaları ve engelli kişilerin seyahate katılmaları arasındaki ilişki, en azından bazı durumlarda kişisel özellikler ile şartlandırıldığında dolaylı olma olasılığını daha da yükseltir. Böyle bir tartışma konusu en az iki teori ile desteklenir. Bunlar uzlaşma teorisi ve öğrenilmiş çaresizlik kuramıdır.

Öğrenilmiş çaresizlik (Seligman 1975), kişinin herhangi bir durumda çok sayıda başarısızlığa uğrayarak, ne yaparsa yapsın hiçbir şeyin değişmeyeceğini, olayların kendi kontrolünde olmadığını, o konuda bir daha asla başarıya ulaşamayacağını düşünüp, yeniden deneme cesaretini kaybetmesi olarak tanımlanır. Öğrenilmiş çaresizliğe göre;

bireylerin çevrelerini kontrol etmek için yaptıkları başarısız girişimlerinden (kendi engelleri nedeniyle) kaynaklanan olumsuz sonuçları (seyahat edememe) görmek, bu gibi durumların gelecekte de olabileceğini ve sonrasında da bu kişilerin gelecekteki katılım çabalarını bırakabileceklerini ifade eder. Öğrenilmiş çaresizliğin, engelli bireylerin turizme katılım niyeti ile turizm kısıtları arasında bir aracı değişken olabileceği tezi görgül olarak test edilmiş (Lee vd. 2011) ve istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Engellilerin turizm kısıtları ile turist olma niyetleri arasındaki doğrudan ilişkinin kuvvetli olmaması durumunu Jackson ve diğerleri (1993), uzlaşma teorisine dayandırdıkları turizm kısıtları ile başa çıkma stratejileri ile açıklamaya çalışmaktadırlar. Bu teoriye göre, bireyler turizm faaliyetlerine katılma sürecinde engeller ile karşı karşıya kaldıklarında pasif değildir. Bunun yerine muhtemel alternatifleri göz önüne alarak, proaktif olarak bu engeller ile başa çıkmaya çalışırlar. Yazarlar, turizm kısıtları ile başa çıkma stratejilerinin başarısının, kişinin motivasyon gücü ve onun kısıtlar ile etkileşimi ile belirlendiğini vurgular. Bu tezden hareketle motivasyon gücünün turizm kısıtları ile turist olma niyeti arasında aracı etkisi, birkaç çalışmada incelenmiştir (Hubbard ve Mannell 2001; Alexandris vd. 2002; Stalp 2006; Alexandris vd. 2007; Son vd. 2008; Alexandris vd. 2011).

Bu çalışmanın amacı ise engelli bireylerin seyahat engelleri ile turist olma niyeti ilişkisi ve bu ilişkide psikolojik değişkenlerin (turist olma motivasyonu gücü ve öğrenilmiş çaresizlik) birlikte yaratmış olduğu aracılık rolünü incelemektir. Bu bağlamda, turizm kısıtları ve turist olma niyeti ilişkisinde, ilk defa öğrenilmiş çaresizlik, motivasyon gücünün sosyal ve psikolojik öncülü olarak öngörülmüş ve bu iki değişken ilk kez bir model içinde birlikte kullanılmıştır.

Yukarıda özetlenen yazında, engellilerin seyahat kısıtları ile seyahat niyeti arasındaki ilişkinin incelenmesinde turist olma motivasyonu gücü ve öğrenilmiş çaresizlik, ayrı ayrı aracı değişkenler olarak modellerde kullanılmıştır. Bu çalışmada ise ilk defa öğrenilmiş çaresizlik ve motivasyon gücü, kurama dayalı hipotezlerle birlikte bir model içinde ilişkilendirilmiş ve engellilerin seyahat niyeti ile seyahat kısıtları arasındaki ilişkiyi açıklamadaki kısmi ve tam aracı değişken olma özelliği test edil-

miştir. Bununla birlikte, turizm kısıtları ve turizm aktivitelerine katılım niyeti ilişkisinde öğrenilmiş çaresizlik, motivasyon gücünün sosyal ve psikolojik öncülü olarak öngörülmüştür. Diğer bir deyişle, seyahat kısıtları ile seyahat niyeti ilişkisinde belirleyici olduğu vurgulanan ve farklı modellerde tek tek incelenmiş olan iki psikolojik değişkenin bir arada seyahat niyetini açıklamadaki rolü ve gücü test edilmiştir. Ayrıca, öğrenilmiş çaresizliğin dolaylı olarak motivasyon gücü üzerinden turist olma niyetine etkisi ilk defa görgül olarak test edilecektir.

Diğer taraftan, ulusal turizm yazınında engellilere yönelik araştırma sayısı yok denecek kadar azdır. Yapılan araştırmalarda (Artar ve Karabacakoğlu 2003; Öztürk vd. 2008) ise betimsel istatistik analizlerle, engellilere yönelik turizm imkânları değerlendirilmiştir. Turizm arz unsurlarının değerlendirildiği bu araştırmaların paralelinde engelli turist talebinin özelliklerine ve seyahat niyetini etkileyen unsurların incelenmesine de ihtiyaç vardır. Bu çalışma, engelli talebinin özelliklerini ve bakış açısını yansıtmaktadır. Bu notadan hareketle ilişki analizlerine dayanan istatistiksel yöntemlerin betimsel analizlerle elde edilecek bulguların değerlendirilmesine ve yorumlanmasına katkı sağlayacağı kanaatini taşımaktayız. En önemlisi engellilerin seyahat niyetini etkilediği öne sürülen seyahat engelleriyle karşılaşmaları durumunda, bu engellerle baş etmeye yönelik başarısız çabalarının engelli bireylerin psikolojileri (motivasyon gücünü ve öğrenilmiş çaresizlik) üzerinde tahribat yaratıp yaratmadığına yönelik görgül bulgular sunulmuştur. Bu görgül bulgular ışığında engelli bireylerin seyahat davranışını etkileyen psikolojik faktörlerin etkileri, nitel araştırma yöntemlerinin de katkısıyla daha ayrıntılı incelenebilir.

YAZIN TARAMASI

Engellilerin Turizm Kısıtları ve Turist Olma Niyeti

Turizm faaliyetlerine katılma niyeti, kısmen karar alma sürecinin çeşitli aşamalarında mevcut olabilen içsel (seyahat arzusu eksikliği, seyahat etme yetkinliği eksikliği) ve kişilerarası farklı kısıtlamaların (arkadaş eksikliği, zaman eksikliği vb.) üstesinden gelerek oluşturulur (Lee vd. 2011). Turist olma niyeti oluşumu sürecinde, engelli olanlar olmayanlara göre doğası ve şiddeti farklı olan kısıtlamaları tecrübe edebilirler (Smith 1987). İlgili yazın kronolojik olarak incelendiğinde, önceleri boş zaman de-

ğerlendirme kısıtları kapsamında yapılan çok sayıda çalışmaya rastlamak mümkündür (Crawford ve Godbey 1987; Crawford vd. 1991; Jackson 1993; Alexandris ve Carroll 1997).

Engelliler ve turizm kısıtları bağlamında incelendiğinde ise özellikle son on yıl içerisinde pek çok çalışma yapılmıştır (Cavinato ve Cuckovich 1992; Abeyraine 1995; Darcy 2002; Israeli 2002; Burnett ve Baker 2011; Lee vd. 2011). Engellilerin turizm engellerini belirlemeye çalışan Smith (1987), turizm engellerini içsel, çevresel ve etkileşimsel engeller olarak üç boyutta ele almıştır. İçsel engeller; bilgi eksikliği, sağlıkla ilgili problemler, sosyal etkisizlik, fiziksel ve psikolojik bağımlılık gibi boyutlardan oluşur. Çevresel engeller ekolojik kısıtlamalar, ulaşım kısıtları, kurallar ve yönetmeliklerden oluşur. Etkileşimsel engeller ise beceri uyumsuzluğu ve iletişim engellerinden oluşur.

Turizm kısıtları, turizmle ilgili faaliyetlere katılımı engelleyen ve azaltan faktörlerden oluşmaktadır. Örneğin, Gladwell ve Bedini (2004), psikolojik, sosyal ve duygusal engeller içerisinde kısıtlamaları sınıflandırmıştır. Crawford ve Godbey (1987) ile Crawford ve arkadaşları (1991) engelleri üç boyutla; (i) kişinin kendi zihninde oluşan (içsel); (ii) kişiler arası ve (iii) yapısal (bağlamsal) olarak tanımlamışlardır. İçsel engeller kişinin kendi zihninde oluşturduğu kısıtlamalardır. Bireylerin dini inançları ve ruh halleri, davranışları, kişisel faktörler de dâhil psikolojik durumları ile ilgilidir. Yapısal kısıtlamalar; para, zaman ve fırsat eksikliğini içerirken kişiler arası kısıtlamalar aile üyeleri, arkadaşlar, meslektaşlar ve komşular gibi başkalarıyla sosyal etkileşimden ortaya çıkar. Turist olmak isteyen birey sözü edilen tüm bu kısıtlamaların sırayla üstesinden gelmeye çalışır. Başarılı olunursa sonuç, turizm faaliyetlerine katılmak olur (Crawford vd. 1991).

Bazı turizm araştırmacıları (Fleischer ve Seiler 2002; Hinch ve Jackson 2000; Nyaupane vd. 2004) turist olanlardan turist olmayanları ayırmanın çok çeşitli nedenlerini anlamak için turizm kısıtlamalarını incelemişlerdir. Ayrıca araştırmacılar engellilerin karşılaştığı seyahat kısıtlamalarını belirlemeye çalışmıştır. (Israeli 2002; McKercher vd. 2003; Shaw ve Coles 2004; Yau vd. 2004; Daniels vd. 2005; Bi vd. 2007). Çalışmalarda ortaya çıkan sonuçlar ve tartışmalar incelendiğinde, engellilerin turizm aktivitelerine katılım niyeti ve turizm kısıtlamaları

arasında ters yönlü bir ilişkinin varlığı göze çarpar. Verilen bilgiler ışığında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

Hipotez 1: Engellilerin algıladıkları turizm kısıtları, turist olma niyetini negatif yönde etkiler.

Engellilerin karşılaştığı turizm kısıtlamaları ortadan kalkarsa, turist olma niyetinin artacağı ve dolayısıyla turizm faaliyetlerine daha fazla katılacakları yönünde genel bir inanış vardır. Ancak algılanan turizm kısıtları ile davranışsal sonuçları arasında doğrudan bir ilişkinin varlığı ile ilgili bulgular zayıftır (Kay ve Jackson 1991; Alexandris vd. 2011; Lee vd. 2011). Bu iki değişken arasındaki ilişkinin gücünü arttıracak birçok aracı değişkenden bahsedilir. Bunlar; bireyin durumsal değerlendirmeleri (Alegre vd. 2010), motivasyon gücü (Alexandris vd. 2011) ve öğrenilmiş çaresizliktir (Lee vd. 2011).

Engellilerin Turizm Kısıtları ve Turist Olma Niyeti İlişkisinde Aracı Değişkenler (Motivasyon Gücü ve Öğrenilmiş Çaresizlik)

Maslow (1943), motivasyonu insan davranışları arasındaki itici güç olarak tanımlamaktadır. Gnoth (1997) ise motivasyonun davranışın bilişsel ölçülebilir bir parçası olduğunu vurgular. Ajzen (1991), planlı davranış teorisinde motivasyon faktörlerinin tutumu ve dolayısıyla davranışı etkilediğini ve davranışı gerçekleştirmek için insanların sarf ettiği çabanın belirleyicisi olduğunu ifade etmektedir. Alexandris (2011), motivasyonun bilişsel, duyuşsal ve davranışsal sonuçlara yol açtığını ileri sürmektedir. Baloğlu (1999) yapmış olduğu çalışmada motivasyonun bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetinde belirleyici bir bilişsel unsur olduğunu saptamıştır. Turist karar alma süreci açısından bakıldığında, seyahat motivasyonları bir tatil kararı için bireysel teşvik talep öncülü olarak görülmektedir (Lee vd. 2011). Bunun anlamı, yüksek motivasyona sahip olan turistler boş zaman değerlendirme aktivitelerine katılmak için her türlü seyahat kısıtı ile başa çıkabilirler.

Engellilerin turizm kısıtları ile turist olma niyetleri arasındaki doğrudan ilişkinin kuvvetli olmaması durumunu Jackson ve diğerleri (1993), turizm kısıtları ile başa çıkma stratejileri ile açıklamaya çalışmaktadırlar. Yazarlar uzlaşma teorisine dayandırdıkları görüşlerinde, bireylerin turizm faaliyetlerine katılma sürecinde engeller ile karşı

karşıya kaldıklarında pasif olmadıklarını ifade etmektedirler. Bunun yerine, muhtemel alternatifleri göz önüne alarak proaktif olarak bu engeller ile başa çıkmaya çalışırlar. Yazarlar turizm kısıtları ile başa çıkma stratejilerinin başarısının, kişinin motivasyon gücü ve onun kısıtlar ile etkileşimi ile belirlendiğini vurgulamaktadırlar. Diğer bir deyişle, bireylerin motivasyon gücü engellerle başa çıkma stratejilerini arttırarak turizm faaliyetlerine katılma niyetini olumlu yönde etkiler. Bu tezden hareketle, motivasyon gücünün turizm kısıtları ile turist olma niyeti arasında aracı etkisi birkaç çalışmada incelenmiştir (Hubbard ve Mannell 2001; Alexandris vd. 2002; Stalp 2006; Alexandris vd. 2007; Son vd. 2008; Alexandris vd. 2011). Alexandris ve arkadaşları (2011) çalışmalarında kendi kaderini tayin teorisine (Deci ve Ryan 2000) dayandırarak test ettikleri turist engelleri, motivasyonun gücü ve turizm aktivitelerine katılım niyeti ilişkisinde turizm kısıtlarını motivasyonun sosyal ve psikolojik öncülü olarak önermişlerdir. Özetle, önceki çalışmalar, algılanan turizm kısıtlarının motivasyon gücünü azaltabileceğini; buna karşın eğer motivasyon gücü artarsa turist olma niyetinin de güçleneceğini, bu anlamda algılanan engellerin niyet üzerindeki olumsuz etkisinin motivasyon gücü ile azaltılabileceğini vurgulamaktadır. Yazından elde edilen bu bilgiler ışığında aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

Hipotez 2: Engellilerin algıladıkları turizm kısıtları, turist olma motivasyonu gücünü negatif yönde etkiler.

Hipotez 3: Engellilerin turist olma motivasyonu gücü, turist olma niyetini pozitif yönde etkiler.

Hipotez 4: Engellilerin turist olma motivasyonu gücü, turizm kısıtları ile turist olma niyeti ilişkisinde aracı değişkendir.

Turist olma niyeti ve seyahat kısıtlamaları üzerinde aracı değişkenlerin önemini vurgulayan Lee ve arkadaşları (2011) çalışmalarında öğrenilmiş çaresizlik teorisini (Seligman 1975) kullanmıştır. Yazarlar bu teorinin turizm kısıtları azalmasına rağmen engellilerin turizm faaliyetlerine neden katılmadıklarını açıklamada önemli olduğunu vurgularlar. Teoriye göre (Seligman 1975: 46), eğer bireyin serbest davranması engellenir ise birey istediği şekilde davranmaya daha kararlı hale gelebilir. Sonucun kendi davranışlarından bağımsız olarak gerçekleşebileceğini öğrenen birey, olayın ken-

di kontrolünde olmadığını ve gelecekte de kontrol edememe ihtimalinin süreceği endişesini taşır. Sonuç olarak, onların başlangıçta istenilen şekilde davranmasını sağlamak için koşullar değişse bile, bunu başarmak için çalışırken çaresizlik deneyimleri kişileri vazgeçirebilir ve/veya kendilerine olan güvenlerini kaybetmelerine neden olabilir. Bu tür durumlarda, kişiler maruz kaldıkları hoş olmayan ya da zararlı durumlardan kaçınarak, kendilerine yardımcı olmak için fırsatların düzeltilmesine bakılmaksızın çaresizce davranacağını öğrenmiştir. Zaman içinde, atıfsal özellikler, özellikle de kötümser bir açıklama biçiminin varlığı çaresizlik olasılığını etkileyerek bir kişinin bir olaya bakış açısını olumsuzlaştırmak istenilen sonuçların üretiminde eylemlerin etkisiz olacağı beklentisine yol açabilir. Dolayısıyla, kişi belirli bir aktiviteye artık ne katılabilir ne de katılmaya teşebbüs edebilir. Bu nedenle, öğrenilmiş çaresizlik, kişinin herhangi bir durum üzerinde hiçbir kontrole sahip olmadığını ve yaptıkları her ne varsa bunların boşuna olduğuna inanarak öğrendiği bir psikolojik durumdur.

Öğrenilmiş çaresizlik, engelli veya engelli olmayan kişilerde bazen motivasyonel, bilişsel ve duygusal eksiklikle sonuçlanabilir (Seligman 1975: 55-56). Engelliler turist olmak için davranışlarının sonuca ulaşmada boşuna olduğunu ve isteklerini gerçekleştirebilmede çabalarının başarısız olduğunu görürlerse kaygı ve korku yaşayabilir ve dolayısıyla depresyona girebilirler. Bu durum engellilerin seyahat motivasyonunu ve seyahat niyetini etkileyen önemli bir faktör olabilir. Bu nedenle, öğrenilmiş çaresizlik teorisi engelli kişilerin turizm katılım motivasyonu ve seyahat niyetini incelemede son derece uygun bir değişkendir (Lee vd. 2011). Engelliler bağımsız olarak turizm faaliyetlerine katılmada daha az olanaklara sahiptir ve daha önce turizm faaliyetlerine katılmış olmaları gerçeğine rağmen, karşılaşılan kaçınılmaz engeller turizm deneyimlerinde alınan zevkin azalmasına neden olur. Engellilerden bazılarının seyahat etme motivasyonunun azalması ve seyahat arzusunu tamamen terk etmeleri, öğrenilmiş çaresizliğin olumsuz sonuçlarından biridir. Buna rağmen, engelliler turizme katılımlarında belki daha dikkatli davranabilir ama seyahat arzusundan vazgeçemeyebilir. Ancak, olumsuz turizm deneyimleri oluşmaya devam ederse, en esnek engelli yolcu bile güven kaybı, denetim eksikliği ve seyahat ile ilgili olarak çaresizlik duygusu sergileyerek acı çekebilir (Lee

vd. 2011). Özetle engelliler çaresizliği öğrenirlerse, turizm ve ilgili faaliyetler için uygun koşullar olsa bile, turizm faaliyetleri içinde yer alma konusunda tereddüt edebilirler. Birey kontrol edememeyi kendinde olmayan ama diğer bireylerde olan özelliklere bağlı olarak görürse bilişsel, duygusal ve motivasyonel eksiklik yaşar.

Yukarıda verilen örneklerden anlaşılacağı gibi, yazında araştırmacıların ilgisine egemen olan engellilerin karşılaştıkları kısıtlamaların türlerini incelemek tartışmasız yeterli değildir. Bu nedenle, seyahat niyeti, turist olma motivasyonu gücü, seyahat kısıtlamaları ve öğrenilmiş çaresizlik arasındaki ilişkinin daha fazla araştırılması ve dikkatlerin bu konulara yöneltilmesi zorunludur. Bu bilgiler doğrultusunda aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

Hipotez 5: Engellilerin algıladıkları turizm kısıtları, turizm faaliyetlerine katılmalarına ilişkin öğrenilmiş çaresizlik düzeyini negatif yönde etkiler.

Hipotez 6: Engellilerin algıladıkları turizm faaliyetlerine katılmalarına ilişkin öğrenilmiş çaresizlik düzeyi, turist olma motivasyonu gücünü negatif yönde etkiler.

Hipotez 7: Engellilerin turizm faaliyetlerine katılmalarına ilişkin öğrenilmiş çaresizlik düzeyleri, turist olma niyetini negatif yönde etkiler.

Hipotez 8: Engellilerin algıladıkları turizm faaliyetlerine katılmalarına ilişkin öğrenilmiş çaresizlik düzeyi, turizm kısıtları ile turist olma niyeti ilişkisinde aracı değişkendir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Örneklem ve Veri Toplama Süreci

Araştırmaya Ankara, İzmir ve İstanbul illerinde yaşayan ve Altı Nokta Körler Derneği'ne ve Türkiye Sakatlar Derneği'ne kayıtlı toplam 12.237 kişiden sistematik örnekleme yöntemi ile seçilen gönüllü kişilere anket uygulanmıştır. Araştırmaya katılan 239 kişi %10 hata oranı ve %90 güven düzeyi ile anakütleyi temsil gücüne sahiptir. Engellilerin illere göre dağılımı Tablo 1'de görüldüğü gibi eşittir. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Veriler engellilerin yaşadıkları şehirlerde farklı engelli gruplarına (görme-işitsel ve bedensel) göre iletişim eğitimi almış ankatörler tarafından yüz yüze görüşülerek toplanmıştır. Veriler, Akdeniz Üniversitesi Proje Geliştirme ve Araş-

tırma Merkezi'nin "Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı mali desteği ile Sanayi ve Turizm Sektörlerinin Rekabetçiliğinin Arttırılması 2010 Yılı Mali Destek Programı kapsamında yürüttüğü TR61/10/KAMU/01-68 referans kodlu "Engelsiz Antalya-Engelsiz Turizm Projesi" çerçevesinde gerçekleştirilen proje kapsamında, 2011 yılının Ocak- Mart ayları arasındaki üç aylık dönemde toplanmıştır.

Veri Toplama Aracı

Araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanmış ankette araştırma değişkenleriyle ilgili ölçekler ve cevaplayıcıların demografik özellikleri ile ilgili sorular yer almaktadır. İlgili yazın taraması sonucunda ölçekte yer alan engellilerin algıladıkları turizm kısıtlarını ölçmeye yönelik 8 ifade derlenmiştir (Smith 1987; Darcy 2002; Israeli 2002; McKercher vd. 2003; Shaw ve Coles 2004; Yau vd. 2004; Daniels vd. 2005; Lee vd. 2011). Engellilerin öğrenilmiş çaresizlik düzeylerini ölçmeye yönelik 5 ifade Lee ve arkadaşlarının (2011) çalışmasından alınmıştır. Engellilerin turist olma motivasyonu gücü ise Carrol ve Alexandris (1997) ve Alexandris ve arkadaşlarının (2011) çalışmasında kullanmış olduğu ölçekteki 5 ifadeden oluşmaktadır. Engellilerin turist olma niyeti ile ilgili yazından derlenen 3 ifade ile ölçülmüştür (Bigne vd. 2001; Sarıkaya vd. 2004). Ölçüm aracında 5 maddeli Likert tipi ölçek (1: kesinlikle katılmıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum) kullanılmıştır. Anket, konusunda uzman akademisyenler ve engelli temsilcileri tarafından gözden geçirilmiş ve ifadelerin anlaşılabilirliği ve soruların uygunluğu açısından gerekli düzeltmeler yapılmıştır.

Veri Analizi

Verilerin analizi ve tanımlayıcı istatistikleri için SPSS for Windows 19.0 paket programı kullanılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi ve hipotezlerin test edilmesi için oluşturulan yapısal eşitlik modeli ise LISREL 8.0 ile analiz edilmiştir. Veri setindeki eksik verilerin yerine serilerin ortalamaları yerleştirilmiştir. Ayrıca, verilerin normal dağılıma uygunluğunu test etmek için Kolmogorov Smirnov Testi kullanılmış, her bir değişken için test değerleri ve anlamlılık değerlerinde bir sorun olmadığı görülmüştür. Bunun yanında veri setinde uç/aykırı değerler olup olmadığı incelenerek uç/aykırı değerlerin bulunmadığı gözlenmiş ve analizler 239 kişi üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Ölçeklerin Geçerliliği ve Güvenilirliği

Veri analiz sürecinin ilk aşamasında ölçeklerin saf-laştırılması, geçerliliği ve güvenilirliği için analizler yapılmıştır. Araştırmada ölçeklerin güvenilirliğini göstermek için ilk olarak iç tutarlılık yöntemi kullanılmıştır. SPSS programı yardımıyla yapılan güvenilirlik analizi sürecinde ölçeklerin iç tutarlılığını düşüren ve ifade-boyut (item to total) korelasyonu ve/veya faktör yükleri düşük olan ifadeler, ölçeklerden çıkarılmıştır. Bunun nedeni, düşük faktör yüküne ve düşük ifade-boyut (item-to-total) korelasyonuna sahip ifadelerin, ilgili kavramı ölçme olasılığının oldukça düşük olmasıdır (Özdamar 2004). Buna göre, turizm kısıtları ölçeğinden 4 madde, turist olma niyeti ölçeğinden ise 1 madde çıkarılmıştır. Her bir ölçeğin Cronbach's Alfa değerleri yazında tavsiye edilen değerleri (0,70 ve üzeri) tatmin edilir derecede yakalamıştır (Tablo 1) ve ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermektedir (Nunnally 1978). Çalışmada kullanılan dört ölçeğin yapı geçerliliğini incelemek amacıyla her bir ölçek için ayrı ayrı olmak üzere açıklayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Faktör analizi sonucunda her bir ölçeğin tek faktörlü yapıya sahip olduğu gözlemlenmiştir. Ölçekler, faktör yükleri, Cronbach's Alfa değerleri ve yapı geçerliliğinin göstergesi olan tek faktörlü yapının toplam varyansı açıklama oranı Tablo 1'de verilmiştir.

Ölçme Modeli

İkinci aşamada ölçme modelinin test edilmesi için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçme modeline ilişkin doğrulayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 2'de verilmiştir. Ölçme modeli, LISREL 8,80'in ürettiği kovaryans çıktısı üzerinden en yüksek olabilirlik kestirim yöntemi kullanılarak gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi ile belirlenmiştir. Analiz sonuçları incelendiğinde, χ^2 'nin serbestlik derecesi bölümünden elde edilen oranın 3'ün altında olduğu, RMSEA değerinin 0,036 olduğu, GFI, AGFI, NFI, değerlerinin 0,90'ın üzerinde olduğu ve NNFI, CFI ve IFI değerlerinin 0,90'ın üzerinde olduğu görülmüştür. Uyum indekslerini incelemek üzere, modele ait uyum indekslerine genel olarak bakıldığında başta χ^2 /sd oranı olmak üzere tümünün kabul değeri koşullarını karşıladığı görülmektedir (Chau 1997; Hair vd. 2006; Şimşek 2007). Bunun anlamı önerilen ölçme modelinin veriye uygun olduğudur. Fornell ve Larcker (1981) yapısal eşitlik modellemede üç tür güvenilirlikten bahseder. Bunlar; madde güvenilirliği, yapı güvenilirliği ve açıklanan ortalama varyanstır. Bu değerlerin hepsinin 0,50'den büyük olması gerekmektedir. Tablo 2'de görüldüğü gibi ölçeklerdeki yapı güvenilirliği değerleri ve ortalama açıklanan varyans değerleri 0,50'den büyüktür. Ayrıca madde güvenilirliğinin bir göstergesi olan gözlenen

Tablo 1. Ölçekler, Faktör Yükleri ve Açıklanan Toplam Varyans

Ölçekler	Ölçek maddeleri	Faktör yükleri	Toplam Varyansı Açıklama Oranı
Turizm kısıtları $\alpha = 0,79$	Turizm faaliyetlerine katılırken başkalarını rahatsız ve huzursuz etmekten korkuyorum.	,708	0,62
	Turizm faaliyetlerine katılırken diğer insanların önyargılarını hissetmek beni rahatsız eder.	,839	
	Turizm faaliyetlerine katılırken diğer insanlarla uyum sağlayamam.	,837	
	Turizm bölgelerinde engellilere yönelik düzenlemeler ve imkânlar yetersiz.	,746	
Turist olma motivasyonu gücü $\alpha = 0,90$	Tatile çıkmam mümkün olmadığında pişmanlık duyarım.	,857	0,73
	Turizm faaliyetlerine katılma konusunda şartlarım uygun olmasa da katılmayı denerim.	,823	
	Turizm faaliyetlerine katılmak benim için hayati öneme sahiptir.	,858	
	Turizm faaliyetlerine katılmak için elimden gelen tüm çabayı sarf ederim.	,821	
	Turizm faaliyetlerine katılmayı çok istiyorum.	,899	
Öğrenilmiş çaresizlik $\alpha = 0,86$	Turist olmak beni mutlu edecek bir şey değildir.	,753	0,65
	Turist olmak bana zorluk yaşatır ve sadece acı verir.	,785	
	Turist olmak beni kasvetli bir ruh haline sokar.	,851	
	Turist olmak benim için uygun değildir.	,830	
	Huzurlu ve rahat bir turizm ortamı benim için var olamaz.	,800	
Turist olma niyeti $\alpha = 0,77$	Turist olmak için bir şans yakalarsam hemen değerlendireceğim.	,902	0,81
	Seyahat etme becerimi iyileştirmek için her şeyi yapacağım.	,902	

Tablo 2. Ölçme Modeline İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi ve Güvenilirlik Değerlendirmelerinin Sonuçları

	Standardize parametre değerleri	T- değerleri	Yapı güvenilirliği	Ortalama açıklanan varyans
Turizm Kısıtları			0,80	0,50
Eng1	0,56	8,68		
Eng2	0,80	13,29		
Eng3	0,81	13,44		
Eng4	0,62	9,75		
Turizm Motivasyonu Gücü			0,91	0,66
Mot1	0,83	15,42		
Mot2	0,77	13,74		
Mot3	0,80	14,53		
Mot4	0,76	13,40		
Mot5	0,89	17,17		
Öğrenilmiş Çaresizlik			0,86	0,56
Çar1	0,67	11,14		
Çar2	0,74	12,72		
Çar3	0,83	14,86		
Çar4	0,78	13,59		
Çar5	0,72	12,18		
Turist Olma Niyeti			0,79	0,65
Niy1	0,71	11,09		
Niy2	0,89	14,11		

Ölçme Modelinin Uyum indeksleri

$\chi^2=128,89$, $sd=98$ $\chi^2/sd=1,31$, $RMSEA=0,036$, $GFI=0,94$, $AGFI=0,91$, $NFI=0,96$, $NNFI=0,99$, $CFI=0,94$, ve $IFI=0,99$

değişkenler ile ilgili yapılar arasındaki standardize parametre değerlerinin hepsi 0,50'den büyüktür. Sonuçlar ölçekler için ayrı ayrı güvenilirlik kriterinin sağlandığını gösterir. Madde güvenilirliği, yapı güvenilirliği ve açıklanan ortalama varyans değerlerin hepsinin aynı zamanda 0,50'den büyük olması yakınsama geçerliliğinin de sağlandığını göstermektedir (Fornel ve Larcker 1981). Yapı geçerliliğinin bir diğer göstergesi olan ayırma geçerliliğini göstermek için ise yine Fornel ve Larcker'in (1981) önerdiği yöntem kullanılmıştır. Yazarlara göre ayırma geçerliliğini göstermek, her bir yapının ortalama açıklanan varyansı, değişkenler arasındaki ikili korelasyonların karesinden büyük olması durumunda mümkün olur. Tablo 3'te görüldüğü gibi modeldeki tüm değişkenler arasındaki korelasyonların karesi ortalama açıklanan varyans değerlerinden küçüktür ve bu ölçeklerin ayırma geçerliliğine sahip olduğunu gösterir.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Engellilerle ilgili demografik bulgular Tablo 4'te verilmiştir. Engel türleri incelendiğinde, araştırmaya katılan engellilerin %33,05'i görme, %32,22'si işitme/duyma ve %34,73'ü ise bedensel engellidir. Engel sebebi incelendiğinde ise büyük bölümünün doğuştan-genetik (46,86) olduğu görülmektedir. Yaşlarına bakıldığında engellilerin %51,46'sının orta yaş grubunda yer aldığı belirlenmiştir. Erkek engellilerin oranı (%63,18) neredeyse kadınların oranının (%36,82) iki katıdır. Eğitim durumlarına bakıldığında, engellilerin %10,88'inin hiç okula gitmemiş, %39,33'ünün ise ilkökul mezunu olduğu görülmektedir. Lise ve dengi okulu bitirmiş olan engellilerin oranı %32,64, önlisans mezunu olanlar %11,3 ve lisans mezunu olanlar ise yalnızca %5,86'dır. Eğitim durumları ile ilgili bir değerlendirme yapmak gerekirse, engellilerin lise sonrasında eğitim imkânlarından istenilen düzeyde yararlanamadığını söylemek yanlış olmaz. Engellilerin

Tablo 3. Değişkenler Arasındaki Korelasyon Değerleri ve Toplam Açıklanan Varyans

	Turizm kısıtları	Turizm Motivasyonu gücü	Öğrenilmiş Çaresizlik	Turist olma Niyeti
Turizm kısıtları	0,50a			
Turist olma motivasyonu gücü	-0,191b	0,66a		
Öğrenilmiş çaresizlik	0,375b	-0,372b	0,56a	
Turist olma niyeti	-0,083b	0,556b	-0,388b	0,65a

a: Toplam açıklanan varyans

b: Korelasyon 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

medeni durumu incelendiğinde ise yarıdan fazlasının (%55,23) bekâr olduğu göze çarpmaktadır. Yine araştırmaya katılan engellilerin %67,36'sı çalışma hayatının dışında kalmaktadır. Aylık kişisel gelirleri incelendiğinde %43,1'i 1000 TL'nin altında kazandıklarını beyan etmişlerdir. Bu soruya verilen cevaplar incelendiğinde engellilerin %30,69'unun hiç geliri olmadığı göze çarpmaktadır. Aylık hane gelirleri ile ilgili değerlendirme yapıldığında ise yine %34,31'i hane gelirinin aylık 1000 TL'nin altında olduğunu, %33,47'si ise 1000 TL ile 2000 TL arasında gelire sahip olduklarını ifade etmektedirler. Bu iki sorunun ortaya koyduğu durum özetle engellilerin zor şartlar altında yaşamlarını sürdürmek zorunda olduklarıdır. Gelir darlığı elbetteki engellilerin turizm amaçlı hareketliliğini engelleyen önemli bir kısıt olacaktır. Engellilerin %51,05'i engel türüne uygun sivil toplum örgütlerine üyedirler. Bu durum engellilerin toplum hayatına sivil toplum örgütleri vasıtasıyla tutunmaya çalıştıklarını göstermektedir.

Yapısal Model (Hipotezlerin Test Edilmesi)

Ölçme modelinin doğrulanması ile araştırmanın hipotezlerinin yapısal model ile test edilmesinde bir sakınca olmadığı anlaşılmıştır. Çalışmada, öncelikle engellilerin algıladıkları turizm kısıtları ve turist olma niyeti ilişkisinde öğrenilmiş çaresizlik ve turist olma motivasyonu gücünün aracı etkisi test edilmiştir. İkinci aşamada ise değişkenler arası ilişkiler oluşturulan hipotezler doğrultusunda incelenmiştir. Modelde açıklanmaya çalışılan ilişki örüntüleri Şekil 1'de görülmektedir. Modelde ifade edilen her yol aynı zamanda bir hipotez olarak görülmelidir. Araştırmanın amaçlarından biri olan modeldeki aracılık etkilerini test etmek için, kısmen aracı bir model ve bu modelin alt modelleri olarak adlandırılabilir olan iç içe geçmiş yapısal modelleri (nested models) test etme stratejisi

izlenmiştir (Anderson ve Gerbing 1988). Şekil 1'de yer alan temel model (TM) hipotezlerle ifade edilen tüm doğrudan ve dolaylı ilişkileri yansıtmaktadır. Test edilen alternatif modelde (AM) ise aracılık etkisi testi için temel modelden turizm kısıtlarından turist olma niyetine giden doğrudan yol kaldırılmıştır. Bu modelde iki aracı değişkenin (öğrenilmiş çaresizlik ve turist olma motivasyonu gücü), tümüyle aracı etkisi aynı anda test edilmiştir. Modelde eksik olan bu yol aracılık etkilerinin tümüyle söz konusu değişkenler ile sağlandığı anlamına gelmektedir. Tablo 5'te verilen uyum iyiliği istatistikleri çok kötüleşme de yapılan ki-kare farklılık testi bu farkın anlamlı olduğunu göstermektedir. Bu sonuç bize modelden silinen yolun model için önemli bir ilişki olduğunu gösterir ve sözkonusu modelin reddedilmesi gerekir. Dolayısıyla temel model kabul edilmiştir. Söz konusu değişkenler (öğrenilmiş çaresizlik ve turist olma motivasyonu gücü) engellilerin turizm kısıtları ve turist olma niyeti ilişkisinde kısmen aracı değişken oldukları belirlenmiştir (hipotez 4 ve hipotez 8). Modelin son haline ilişkin standardize edilmiş çözüm değerleri Şekil 1'de verilmiştir. Tablo 5. Uyum İndeksleri (Teorik Model ve Alternatif Model)

Tablo 5'te kabul edilen teorik yapısal modele ilişkin uyum indekslerinin, $\chi^2=128,89$, $\chi^2/sd=1,31$, RMSEA=0,036, GFI=0,94, AGFI=0,91, NFI=0,96, NNFI=0,99, CFI=0,99, ve IFI= 0,99 olduğu gözlenmektedir. Analiz sonuçları incelendiğinde, χ^2 'nin serbestlik derecesine bölünmesi ile elde edilen oranının 3'ün altında olduğu, RMSEA değerinin 0,0036 olduğu, GFI, AGFI, NFI değerlerinin 0,90'ın üzerinde olduğu ve yine NNFI CFI ve IFI değerlerinin 0,90'ın üzerinde olduğu görülmüştür. Uyum indekslerini incelemek üzere, modele ait uyum indekslerine genel olarak bakıldığında, baş χ^2/sd oranı olmak üzere tümünün uyum indeksi kabul değeri koşullarını karşıladığı görülmektedir (Hair

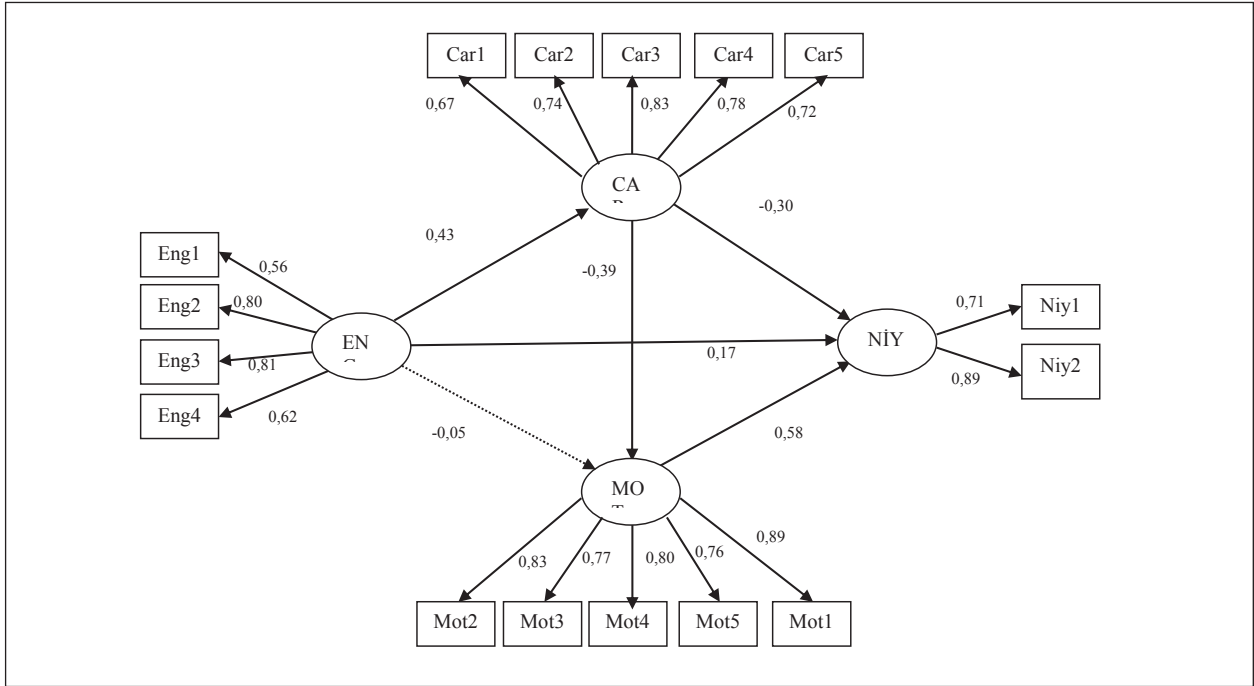
Tablo 4. Engelliler ile İlgili Demografik Bulgular (N=239)

		Sayı	Yüzde
Yerleşim Yeri	Ankara	76	31,8
	İzmir	82	34,31
Engel Türü	İstanbul	81	33,89
	Görme	79	33,05
	İşitme/Duyuma	77	32,22
	Bedensel	83	34,73
Engel Sebebi	Çocukluk hastalığı	61	25,52
	Yanlış tedavi	20	8,37
	Doğuştan-genetik	112	46,86
	Yaşlılık	3	1,26
	Kaza (iş, vb.)	31	12,97
	Diğer	12	5,02
Yaş	15-24	41	17,15
	25-34	63	26,36
	35-44	60	25,1
	45-54	53	22,18
	55+	22	9,21
Cinsiyet	Kadın	88	36,82
	Erkek	151	63,18
Eğitim Durumu	Hiç okula gitmemiş	26	10,88
	İlköğretim	94	39,33
	Lise ve dengi	78	32,64
	Önlisans	27	11,3
	Lisans	14	5,86
Medeni Durum	Evli	132	37,66
	Bekâr	17	55,23
	Dul	90	7,11
Çalışma Durumu	Evet	78	32,64
	Hayır	161	67,36
Aylık Kişisel Gelir	1.000TL'den az	103	43,1
	1.001TL- 2.000TL arası	31	12,97
	2.001TL- 3.000 TL arası	1	0,42
	Cevap Yok	30	12,55
	Geliri yok	74	30,96
Aylık Hane Geliri	1.000TL'den az	82	34,31
	1.001TL- 2.000TL arası	80	33,47
	2.001TL- 3.000 TL arası	20	8,37
	3.001TL- 4.000TL arası	1	0,42
	Cevap Yok	56	23,43
Sivil Toplum Örgütü Üyeliği	Evet	122	51,05
	Hayır	117	48,95

vd. 2006; Şimşek 2007). Dolayısıyla bu çalışmada temel modelin uygun olduğu görülmüştür.

Çalışmanın ikinci aşamasında, modelin değişkenleri arasındaki ilişkiler oluşturulan hipotezler doğrultusunda incelenmiştir. "Engellilerin algıladıkları turizm kısıtları turist olma niyetini negatif yönde etkiler" şeklinde ifade edilen birinci hipotez

doğrulanmaktadır. Standardize edilmiş yol katsayısı $\beta = -0,17$ olarak bulunmuştur. Bu iki değişken arasındaki ilişkinin düşük düzeyde ve anlamlı olduğu anlaşılmaktadır ($\beta = -0,17$; $t = -2,36$; $p < 0,05$). Bu değer, engellilerin algıladıkları turizm kısıtları düzeyindeki bir puanlık artışın turist olma niyetinde 0,17 puanlık azalışa neden olacağını ifade et-



Şekil 1. Yapısal Model

mektedir. Araştırmanın “engellilerin algıladıkları turizm kısıtları, turist olma motivasyonu gücünü negatif yönde etkiler” şeklinde ifade edilen ikinci hipotezi ise doğrulanmamıştır ($\beta = -0,05$; $t = -0,58$; $p > 0,05$). Dolayısıyla bu iki değişken arasında ilişkinin olmadığı anlaşılmaktadır. Araştırmada “engellilerin turist olma motivasyonu gücü, turist olma

niyetini pozitif yönde etkiler” şeklinde ifade edilen üçüncü hipotezi de kabul edilmiştir ($\beta = 0,58$; $t = 6,75$; $p < 0,05$). Modeldeki en kuvvetli ilişkinin bu iki değişken arasında olduğu görülmektedir.

“Engellilerin algıladıkları turizm kısıtları, turizm faaliyetlerine katılmalarına ilişkin öğrenilmiş çaresizlik düzeyini pozitif yönde etkiler” şeklinde ifade edilen beşinci hipotezi ve “engellilerin turizm faaliyetlerine katılmalarına ilişkin öğrenilmiş çaresizlik düzeyi, turist olma motivasyonu gücünü negatif yönde etkiler” şeklinde ifade edilen altıncı hipotezi kabul edilmiştir. Standardize edilmiş yol katsayıları ve t değerleri ise sırasıyla; $\beta = 0,43$; $t = 5,40$; $p < 0,05$; $\beta = -0,39$; $t = -4,68$; $p < 0,05$ olarak hesaplanmıştır. Son olarak “engellilerin öğrenilmiş çaresizlikleri, turist olma niyetini negatif yönde etkiler” şeklindeki yedinci hipotezi de kabul edilmiştir ($\beta = -0,30$; $t = -3,67$; $p < 0,05$). Yapısal eşitlik modeli sonuçları Tablo 6’da görülmektedir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Araştırma bulguları, engellilerin turist olma niyeti ile turizm kısıtları arasında ters yönde zayıf bir ilişki olduğunu göstermektedir. Turizm kısıtları turist olma niyetindeki değişimin ancak %17’sini açıklamaktadır. Bu durum yazındaki diğer araştır-

Tablo 5. Uyum İndeksleri (Teorik Model ve Alternatif Model)

Models	TM	AM
Ki-kare	128,89	133,88
df	98	99
Ki-kare/sd	1,31	1,35
GFI	0,94	0,93
AGFI	0,91	0,91
NFI	0,96	0,96
NNFI	0,99	0,99
CFI	0,99	0,99
IFI	0,99	0,99
ECVI	0,86	0,87
RMSEA	0,036	0,038
SRMR	0,042	0,045
Critical N	244,39	236,31

Tablo 6. Yapısal Eşitlik Modeli Sonuçları

Değişkenler arası ilişkiler	β	t	Hipotez
Turizm kısıtları → Turist olma niyeti	-0,17	-2,34	Kabul
Turizm kısıtları → Turist olma motivasyonu gücü	-0,05	-0,58	Red
Turist olma motivasyonu gücü → Turist olma niyeti	0,58	6,75	Kabul
Turizm kısıtları → Engellilerin öğrenilmiş çaresizlikleri	0,43	5,40	Kabul
Engellilerin öğrenilmiş çaresizlikleri → Turist olma motivasyonu gücü	-0,39	-4,68	Kabul
Engellilerin öğrenilmiş çaresizlikleri → Turist olma niyeti	-0,30	-3,67	Kabul

ma sonuçları ile tutarlıdır (Smith 1987; Israeli 2002; Lee vd. 2011). Araştırmaya katılan engelliler turist olma kararı verirken turizm kısıtlarını göz ardı etmemekte, ancak bu onların turist olma niyetini çok yüksek oranda negatif yönde etkilememektedir. Araştırma modeli ilk kez turist olma niyeti ile engeller arasındaki ilişkinin anlaşılmasında iki kısmi aracı değişkenin (turist olma motivasyonu gücü ve turizm faaliyetlerine katılmaya ilişkin öğrenilmiş çaresizlikleri) önemini ortaya koymaktadır. Seyahat motivasyonu, bireyleri seyahate iten motifler ve ihtiyaçlar olarak tanımlanmaktadır (Pearce 2005). Bu çalışmada kullanılan motivasyon gücü ise bireylerin motivasyon yoğunluğunu ölçmeye yöneliktir. Ayrıca çalışmada kullanılan model bireylerin turist olma niyetini etkileyen motivasyon gücü üzerinde öğrenilmiş çaresizlik algısının etkisini de göstermektedir. Diğer bir ifadeyle bu çalışma engellilerin turizm kısıtları ve turist olma niyeti ilişkisinde sözü edilen iki psikolojik değişkenin ilk kez tek bir model içerisinde incelenmesini sağlamıştır.

Araştırma modelinde turizm kısıtları ile turist olma motivasyonu gücü arasında daha önce yapılan araştırma (Carroll ve Alexandris 1997; Alexandris vd. 2002; Alexandris vd. 2011) sonuçlarından farklı olarak doğrudan negatif bir ilişki bulunamamıştır. Yapısal modelin değişkenleri arasındaki ilişkilere bakıldığında, engellilerin turizm kısıtları, turist olma motivasyonu gücünü etkilemese de turizm faaliyetlerine katılma yönündeki öğrenilmiş çaresizlik algısını arttırmaktadır. Artan öğrenilmiş çaresizlik algısı ise engellilerin hem turist olma niyetini doğrudan düşürmekte hem de turist olma motivasyonu gücünü ciddi şekilde azaltarak dolaylı olarak turist olma niyetini negatif yönde etkilemektedir. Araştırma sonuçlarına göre turist olma motivasyonu

gücü turist olma niyetindeki değişimin %58'ini açıklamaktadır. Diğer bir ifadeyle, engelliler karşılaştıkları seyahat engelleri nedeniyle kendilerini çaresiz hissetmekte ve bu durum dolaylı olarak motivasyonlarına yansımaktadır. Araştırma modelinde bu yönde ortaya konan görgül kanıt, ilgili yazın için yeni ve önemli bir katkıdır. Daha önce yapılan çalışmalarda (Lee vd. 2011; Alexandris vd. 2011) yukarıda sözü edilen değişkenler tek tek modele sokulmuş ve seyahat engelleri ve turist olma motivasyonu ilişkisindeki aracılık rolleri incelenmiştir. Ancak öğrenilmiş çaresizlik ile motivasyon gücü arasındaki ilişkiler göz ardı edilmiştir. Bu çalışmada kullanılan modelde görüleceği üzere seyahat engelleri ile engellilerin motivasyon gücü arasındaki ilişki doğrudan olmasa da öğrenilmiş çaresizlik üzerinden dolaylıdır.

Araştırma sonuçları, engellilerin turizm faaliyetlerine katılma kararı verirken algıladıkları engellerin etkisinin doğrudan az olsa da dolaylı olduğu fikrini desteklemektedir (Lee vd. 2011; Alexandris vd. 2011). Ancak, bu çalışmada kullanılan araştırma modeli ve yapılan analizler, engellilerin turist olma niyeti ile turizm kısıtları ilişkisinin açıklanmasında, engellilerin turist olma motivasyonu gücü ve turizm faaliyetlerine katılma yönündeki öğrenilmiş çaresizlik algısının kısmen aracı değişkenlik yaparak yardımcı olduğunu göstermektedir. Bu bulgulardan yola çıkarak, engelli bireylerin turizm kısıtlarının doğrudan turist olma niyetini düşüren önemli etkisinin olmadığı ancak engellilerin turizm faaliyetlerine katılma yönündeki öğrenilmiş çaresizliklerini arttırarak ve turist olma motivasyonu gücünü düşürerek turizme katılım niyetini dolaylı olarak etkilediği söylenebilir.

Turist olma niyeti ile turizm kısıtları arasındaki doğrudan ilişkiyi ifade eden yolun modelden çı-

karılamamış olması (alternatif modelin kabul edilememesi) söz konusu iki değişken arasındaki ilişkinin tümüyle aracı değişkenlerle sağlanmadığını göstermektedir. Bu çalışmanın bir diğer önemli katkısı ise bu noktadadır. Araştırma bulguları engellilerin seyahat engelleri ile seyahat niyeti ilişkisinde öngörülen psikolojik değişkenlerin birlikte ilişkinin gücünü arttırdığını ortaya koymaktadır. Bunu şu şekilde yorumlayabiliriz: Engelliler seyahat niyeti oluşum sürecinde seyahat engellerine yönelik olumsuzluklardan doğrudan etkilenmektedirler. Bunun yanında, tecrübe ettikleri seyahat engelleri engellilerin psikolojileri üzerinde etkili olmakta ve bu durum bir sonraki seyahat niyetini önemli oranda düşürmektedir. Bu bulgular, seyahat engelleri ile baş etmeye çalışan engellilerin başarısız çabalarının, psikolojileri (motivasyon gücünü ve öğrenilmiş çaresizlik) üzerinde tahribat yarattığını ve dolaylı olarak seyahat niyetini olumsuz etkilediğini ortaya koymaktadır.

Yapılan görgül araştırma sonuçlarına dayanan bu saptama doğrultusunda bu alanda çalışmak isteyen araştırmacılar nitel araştırma yöntemleri kullanılarak, engellilerin seyahat karar verme sürecinde seyahat engellerinin onların psikolojileri üzerinde nasıl etkili olduğunu ve tekrar seyahat etme niyetinin artırılmasında nasıl bir yol izlenmesi gerektiğini inceleyebilirler. Bu araştırma konusu ülkemizde hemen her alanda ciddi engeller ile karşılaşan ve evden dışarıya çıkmak istemeyen engellilerin turizm bağlamında aktif hale getirilmesinde önemli bir çaba olacaktır.

Sonuç olarak, engellilerin turizme katılım niyetini azaltan turizm kısıtlarının neler olduğunun saptanması ve ortadan kaldırılması, onların turist olma niyetinin artmasında doğrudan ve dolaylı olarak etkilidir. Engelliler turist olma kararı verirken geçmiş turizm tecrübelerinde karşılaştıkları engelleri içselleştirmekte ve bu durum onların psikolojilerini etkilemektedir. Bu nedenle, seyahat engellerinin onların psikolojileri üzerinde yaratmış olduğu olumsuzluklar göz ardı edilmemelidir. Aksi takdirde, engellilerin turizm kısıtları ortadan kaldırılrsa bile turist olma niyetleri artmayacaktır. Bu nedenle, engelli bireylerin turizm kısıtlarından etkilenme süreci, bu çalışmada önerilen ve önemli olduğu gösterilen motivasyon gücü ve öğrenilmiş çaresizlik gibi psikolojik değişkenlerle birlikte ilişkilendirilerek değerlendirilmelidir. Diğer bir

deyişle engelli turist davranışının daha iyi analiz edilebilmesi için psikolojik faktörlerin dikkate alınması önerilmektedir.

Yazında motivasyon gücünün önemli bilişsel, duyuşsal ve davranışsal sonuçları olduğu vurgulanmaktadır. Bu çalışmada, davranışsal sonuçları bağlamında davranışsal niyet incelenmiştir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda motivasyonun gücünün bilişsel sonuçları (bilgi toplama, hatıra vb.) ve duyuşsal sonuçları (ruh hali, önem, tatmin, kaygı vb.) ile turizm kısıtları arasındaki ilişkiler incelenebilir. Özellikle engellilerin seyahat öncesi, esnası ve sonrasında turist davranışının analiz edilmesi oldukça önemlidir.

Çalışma kapsamında Türkiye'nin üç büyük kentinde yaşayan ve ismi geçen sivil toplum örgütlerine kayıtlı engelliler araştırmaya dâhil edilmiştir. Sivil toplum örgütlerine kayıtlı olmayan engellilere ulaşılamamış olması araştırmanın bir diğer kısıtıdır. Ayrıca, örneklemin 239 kişi olması bu araştırmanın bir diğer kısıtı olarak değerlendirilebilir.

KAYNAKÇA

- Abeyraine, R. I. (1995). Proposals and Guide-Lines for The Carriage of Elderly and Disabled Persons By Air, *Journal of Travel Research*, 33 (3): 52-59.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50: 179-211.
- Alegre, J., Mateo, S. ve Pou, L. (2010). An Analysis of Households' Appraisal of Their Budget Constraints for Potential Participation in Tourism, *Tourism Management*, 31: 45-56.
- Alexandris, K. ve Carroll, B. (1997). An Analysis of Leisure Constraints Based on Different Recreational Sport Participation Levels: Results From a Study in Greece, *Leisure Sciences*, 19: 1-15.
- Alexandris, K., Tsorbatzoudis, C. ve Grouios, G. (2002). Perceived Constraints on Recreational Participation: Investigating Their Relationship with Intrinsic Motivation, Extrinsic Motivation and Amotivation, *Journal of Leisure Research*, 34: 233-252.
- Alexandris, K., Kouthouris, C. ve Girgolas, G. (2007). Investigating The Relationships among Motivation, Negotiation, and Alpine Skiing Participation, *Journal of Leisure Research*, 39 (4): 648-667.
- Alexandris, K., Funk, D. C. ve Pritchard, M. (2011). The Impact of Constraints on Motivation, Activity Attachment and Skier Intentions to Continue, *Journal of Leisure Research*, 43 (1): 56-79.
- Anderson, J. C. ve Gerbing, D. W. (1988). Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach, *Psychological Bulletin*, 103 (3): 411-423.
- Artar, Y. ve Karabacakoğlu, Ç. (2003). *Türkiye'de Özürlüler Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Olarak Konaklama Tesislerindeki Alt Yapı Olanaklarının Araştırılması*. Ankara: Milli Produktivite Merkezi.

- Baloğlu, S. (1999). A Path Analytic Model of Visitation Intention Involving Information Sources, Socio-Psychological Motivations and Destination Images, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 8 (3): 81-90.
- Bi, Y., Card, J. A. ve Cole, S. T. (2007). Accessibility and Attitudinal Barriers Encountered by Chinese Travelers with Physical Disabilities, *International Journal of Tourism Research*, 9: 205-216.
- Bign J., Sanchez, M. ve Sanchez, J. (2001). Tourism Image, Evaluation Variables and After Purchase Behavior: Inter-Relationships, *Tourism Management*, 22 (6): 607-616.
- Burnett, J. J. ve Baker, H. B. (2001). Assessing the Travel Related Behaviors of the Mobility-Disabled Consumer, *Journal of Travel Research*, 40: 4-11.
- Carroll, B. ve Alexandris, K. (1997). Perception of Constraints and Strength of Motivation: Their Relation to Recreational Sport Participation, *Journal of Leisure Research*, 29: 279-299.
- Cavinato, J. L. ve Cuckovich, M. L. (1992). Transportation and Tourism for the Disabled: An Assessment, *Transportation Journal*, 31 (3): 46-53.
- Chau, P. Y. K. (1997). Reexamining a Model for Evaluating Information Center Success Using a Structural Equation Modeling Approach, *Decision Sciences*, 28 (2): 309-334.
- Crawford, D. W. ve Godbey, G. (1987). Reconceptualizing Barriers to Family Leisure, *Leisure Sciences*, 9 (2): 119-128.
- Crawford, D. W., Jackson, E. L. ve Godbey, G. (1991). A Hierarchical Model of Leisure Constraints, *Leisure Sciences*, 13 (4): 309-320.
- Crawford, D. ve Godbey, G. (1987). Reconceptualizing Barriers to Family Leisure, *Leisure Sciences*, 9: 119-127.
- Daniels, M. J., Rodgers, E. D. ve Wiggins, B. P. (2005). "Travel Tales": An Interpretive Analysis of Constraints and Negotiations to Pleasure Travel as Experienced by Persons with Physical Disabilities, *Tourism Management*, 26 (6): 919-930.
- Darcy, S. (2002). Marginalized Participation: Physical Disability, High Support Needs and Tourism, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 9 (1): 61-72.
- Deci, E. L. ve Ryan, R. M. (2000). The 'what' and 'Why' of Goal Pursuits: Human Needs and The Self-Determination of Behavior, *Psychological Inquiry*, 11: 227-268.
- Fleischer, A. ve Seiler, E. (2002). Determinants of Vacation Travel Among Israeli Seniors: Theory and Evidence, *Applied Economics*, 34: 421-430.
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models With Unobservable Variables and Measurement Error, *Journal of Marketing Research*, 18: 39-50.
- Gilbert, D. ve Hudson, S. (2000). Tourism Demand Constraints: A Skiing Participation, *Annals of Tourism Research*, 27: 906-925.
- Gladwell, N. Y. ve Bedini, L. A. (2004). In Search of Lost Leisure: The Impact of Care Giving on Leisure Travel, *Tourism Management*, 25: 685-693.
- Gnoth, J. (1997). Tourism Motivation and Expectation Formation, *Annals of Tourism Research*, 24 (2): 283-304.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., ve Tatham, R. L. C. (2006). *Multivariate Data Analysis With Readings*. 6. Baskı. New Jersey: Prentice Hall.
- Hinch, T. ve Jackson, E. (2000). Leisure Constraints Research: Its Value as a Framework For Understanding Tourism Seasonality, *Current Issues in Tourism*, 3: 87-106.
- Hubbard, J. ve Mannell, R. (2001). Testing Competing Models of The Leisure Constraint Negotiation Process in a Corporate Employee Recreation Setting, *Leisure Sciences*, 23 (3): 145-163.
- Israeli, A. A. (2002). A Preliminary Investigation of The Importance of Site Accessibility Factors for Disabled Tourists, *Journal of Travel Research*, 41 (1): 101-104.
- Jackson, E. L. (1993). Recognizing Patterns of Leisure Constraints: Results From Alternative Analyses, *Journal of Leisure Research*, 25: 129-149.
- Jackson, E. L., Crawford, D. W., ve Godbey, G. (1993). Negotiations of Leisure Constraints, *Leisure Sciences*, 15: 1-11.
- Kay, T. ve Jackson, G. (1991). Leisure Despite Constraint: The Impact of Leisure Constraints on Leisure Participation, *Journal of Leisure Research*, 23: 301-313.
- Lee, B. K., Agarwal, S. ve Kim, H. J. (2011). Influences of Travel Constraints on The People With Disabilities' Intention to Travel: An Application of Seligman's Helpness Theory, *Tourism Management*, 33: 569-579.
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation, *Psychological Review*, 50: 370-396.
- McKercher, B., Packer, T., Yau, M.K., ve Lam, P. (2003). Travel Agents as Facilitators or Inhibitors of Travel: Perceptions of People with Disabilities, *Tourism Management*, 24: 465-474.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. 2. Baskı. New York: McGraw-Hill.
- Nyaupane, G. P., Morais, D. B., ve Graefe, A. R. (2004). Nature Tourism Constraints: A Cross-Activity Comparison, *Annals of Tourism Research*, 31 (3): 540-555.
- Özdamar, K. (2004). *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi, (Çok Değişkenli Analizler)* Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Öztürk, Y., Yaylı, A. ve Yeşiltaş, M. (2008). Is The Turkish Tourism Industry Ready for a Disabled Customer's Market?, *Tourism Management*, 29 (2): 38289.
- Pearce, P. L. (2005). *Tourist Behaviour: Themes and Conceptual Schemes*. Ontario: Channel View Publication.
- Sirakaya, E., Petrick, J. ve Choi, H. S. (2004). The Role of Mood on Tourism Product Evaluation, *Annals of Tourism Research*, 31 (3): 517-539.
- Seligman, M. E. (1975). *Helplessness: On Depression, Development and Death*. San Francisco: W.H. Freeman.
- Shaw, G. ve Coles, T. (2004). Disability, Holiday-Making and The Tourism Industry in the U.K.: A Preliminary Survey, *Tourism Management*, 25: 397-403.
- Smith, R. W. (1987). Leisure of Disabled Tourists: Barriers to Travel, *Annals of Tourism Research*, 14 (3): 376-389.
- Son, J., Mowen, A. ve Kerstetter, D. (2008). Testing Alternative Leisure Constraint Negotiation Models: An Extension of Hubbard and Mannell's Study, *Leisure Sciences*, 30: 198-216.
- Stalp, M. (2006). Negotiating Time and Space for Serious Leisure: Quilting in the Modern U.S. Home, *Journal of Leisure Research*, 38 (1): 104-113.
- Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş, Temel İlkeler ve Lisrel Uygulamaları*. Ekinoks Yayınları, Ankara.
- Yau, M. K., McKercher, B. ve Packer, T.L. (2004). Traveling with Disability: More Than an Access Issue, *Annals of Tourism Research*, 31 (4): 946-960.

Müşterilerin Restoran Seçimlerini Etkileyen Faktörler: İstanbul Örneği

Factors that Influence of Costumers' Restaurant Selection: The Case of Istanbul

Aslı ALBAYRAK*

* Yrd. Doç. Dr., T.C. İstanbul Arel Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Tepekent Kampusu, 34537, İstanbul.
E-posta: aslialbayrak@arel.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 5 Ağustos 2013

Birinci değerlendirme: 5 Kasım 2013

Kabul: 30 Aralık 2013

Anahtar sözcükler:

Restoran,

Müşteri,

Müşteri seçim kriterleri,

İstanbul.

ÖZ

İnsanların sadece beslenme ihtiyaçlarını değil aynı zamanda birlikte olma, rahatlama, sosyalleşme gibi ihtiyaçlarını da karşılayan restoran işletmeleri yoğun rekabet ortamında varlıklarını devam ettirebilmek ve ayakta kalabilmek için müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörleri göz önünde bulundurmaya zorundadır. Müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen pek çok faktör söz konusudur. Bu nedenle, bu çalışma müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörleri belirlemek ve müşterilerin özellikleri ile restoran seçimlerini etkileyen faktörler arasında fark olup olmadığını ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Çalışma kapsamına İstanbul'da bulunan 1. sınıf restoranlar alınmıştır. Çalışma Nisan-Temmuz 2013 tarihleri arasında yürütülmüş, veriler anket tekniği ile toplanmış ve çalışmaya 353 restoran müşterisi katılmıştır. Verilerin analizi için faktör analizi, Mann Whitney U ve Kruskal Wallis H testlerinden yararlanılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre müşterilerin restoran seçimlerinde sırasıyla "Restoran Özellikleri, Yiyecek ve İçecekler, Hizmetler ile Parasal Değer" faktörlerinin önemli olduğu, restoran seçimlerini etkileyen faktörlerin gelir, öğrenim durumu ve restorana gitme sıklıkları açısından farklılık gösterdiği bulunmuştur.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 5 August 2013

Resubmitted: 5 November 2013

Accepted: 30 December 2013

Key words:

Restaurant,

Customer,

Customer selection criteria,

Istanbul.

ABSTRACT

Restaurants that meet to needs of people not only nutritional needs but also other needs such as being with others, relaxation and socialization, must consider factors that affect customers' restaurant selection for sustaining their status and enterprises to survive in a highly competitive environment. There are many factors that affect customers' restaurant selection. So that, the purpose of this study is to identify factors which influence consumers when they select restaurants and also determinate whether there are differences between costumers' characteristics and factors that affect costumers' restaurant selection. First class restaurants in Istanbul were selected for this study. In this study, questionnaire conducted between the months of April and July in 2013. Questionnaires were used for collecting data and 353 restaurant costumers responded to the study. For data analysis, Factor analysis, Mann Whitney U and Kruskal Wallis H methods were used. According to the results, "Restaurant Characteristics, Food and Beverage, Services and Denomination" are important factors when costumers select a restaurant and there are differences between costumers' age, income, educational level, frequency of going to restaurant and costumers' restaurant selection factors.

GİRİŞ

Günümüzde her türlü mal ve hizmeti üreten işletmeler için pazarlama faaliyetlerinin hareket noktası müşteridir. İşletmelerin müşterileri beklenti, ihtiyaç ve isteklerini analiz etmeden mal ya da hizmet üretmesi mümkün değildir. Çünkü günümüzde müşterilerin beklenti, ihtiyaç ve isteklerini karşılamaya yönelik, benzer amaca hizmet eden çok fazla sayıda mal ve hizmet üretilmekte ve bu ortamda rekabet avantajı sağlamak ve böylece hem kârlarını hem de imajlarını maksimize etmek isteyen işletmeler müşterilerini anlamaya çalışmak zorunda kalmaktadır. Bu nedenle hangi tür mal ya da hizmet söz konusu olursa olsun işletmeler müşte-

rilerinin tercihleri ile ilgili düşünce ve davranışlarını dikkate almak zorundadır. Söz konusu durum restoran işletmeleri için de geçerlidir. Sayıları her geçen gün artan restoran işletmeleri de hem müşterilerinin beklenti, ihtiyaç ve isteklerini karşılayabilmek hem de varlıklarını devam ettirmek ve yoğun rekabetin yaşandığı endüstri içerisinde ön plana çıkabilmek için müşterilerin tercihlerini dikkate almak durumundadır.

Günümüzde tüketici gelirlerinde meydana gelen artış, artan iş yoğunluğu, çalışan kadın sayısındaki artış, zaman tasarrufu, ekonomiklik, yeni insanlarla tanışarak sosyalleşme, aile/arkadaşlarla birlikte olma, eğlenme, kolaylık, statü-prestij, yenilik ara-

yışı ve evde yemek hazırlamaktan kaçınma gibi çeşitli faktörler nedeniyle daha fazla kişi restoranlarda yemek yemeyi tercih etmektedirler. Restoran, insanların rahat bir şekilde oturup yemek yemelerine olanak tanıyan, yemek servisi yapılan yerler olarak tanımlanmaktadır (Dash 2005: 5) ve restoran işletmelerinden oluşan restoran endüstrisi gittikçe büyüyen bir endüstri haline gelmiştir (Pedraja ve Yagüe 2001; Bareham 2004; Buchtal 2006). Restoran işletmeleri bir yandan bulunduğu bölgenin ekonomisine katkı sağlarken diğer yandan da turizm endüstrisinde çalışanların istihdamına da olanak tanımaktadır. Çünkü restoranlar konaklama, ulaşım, çekicilik ve aktivite faktörleri gibi turistik ürünün temelinde yer alan kritik faktörlerden biridir (Reynolds 1993: 48). İnsanlar gerek normal yaşantılarında gerekse seyahatleri sırasında içinde buldukları yaşam dönemine ve sağlıklı olma isteklerine bağlı olarak pek çok yiyecek ve içeceğe ihtiyaç duymaktadır (Antonioli 1995). Dolayısıyla restoranlar turizm pazarlamasını etkileyen önemli bir faktördür (Antonioli 1999; Wood 2000).

Hizmet ekonomisi içerisinde önemli yeri olan restoran işletmeleri artan emek maliyeti, yüksek devir hızı, rekabet, yemek ve hizmet farklılığı ve fiyat tutarsızlığı gibi müşteriyi işletmeden uzaklaştırabilen durumlarla karşı karşıyadır (Lee vd. 2011; National Restaurant Association 2011). Bu nedenle restoran işletmelerinin daha fazla müşteri çekmek ya da müşterilerinin geri gelmelerini sağlamak amacıyla yoğun rekabet ortamında etkili hizmet sunmaları, yeni ürünler üretmeleri, müşterilerin zihninde farklılıklara neden olan ve onların restoran seçimlerini etkileyen değişkenleri tanımaları ve anlamaları gerekmektedir (Yüksel ve Yüksel 2002). Zira restoranların uzun süreli başarılı olarak varlıklarını devam ettirebilmeleri, müşterilerinin ihtiyaç ve isteklerini karşılayan ürünleri geliştirebilmelerine, konumlandırmalarına ve pazarlamalarına bağlıdır (Alonso vd. 2013: 549).

İlk etki aynı zamanda son etki olduğundan müşterilerin nerede yemek yiyeceklerine karar vermeden önce farklı elementlerden oluşan karar verme süreçlerini tahmin etmek restoran işletmeleri için önem taşımaktadır. Nitekim müşteriler sıklıkla fazla sayıda alternatifleri oldukları zaman bu alternatifler arasından seçim yapma konusunda kararsız kalmaktadır (Myung vd. 2008: 120). Bu nedenle restoran işletmelerinin müşterilerin işletmeye bağlı

kalmaları ve ödedikleri paranın karşılığını aldıklarını düşünmeleri için onlara unutulmaz bir deneyim sunmaları gerekmektedir (Alonso vd. 2013: 548). Diğer taraftan müşterilerin restoran tercihleri üzerine etki eden faktörlerin belirlenmesi, restoran yöneticilerinin daha doğru pazarlama stratejileri belirlemelerine (Auty 1992; Kim ve Geistfeld 2003) ve varlıklarını devam ettirmelerine olanak tanıyacaktır (Heskett vd. 1997; Chow vd. 2007).

Konuyla ilgili alanyazın incelendiğinde özellikle yurt dışında yapılan çalışmalarda müşterilerin restoran tercihlerinin belirlenmesine yönelik çeşitli çalışmalar yapılmış olmasına karşın ülkemizde konuya ilişkin çok az sayıda çalışma yapılmış olduğu görülmüştür. Bu nedenle, bu çalışma ile ülkemizde tüketicilerin restoran tercihleri üzerine etki eden faktörlerin belirlenmesinin alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla bu çalışma, müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörler ile müşterilerin demografik özellikleri ile restoran seçimlerini etkileyen faktörler arasındaki ilişkiyi ortaya koymak ve elde edilen sonuçlar ışığında restoran yöneticilerinin pazarlama stratejilerini geliştirmelerine olanak tanıyacak önerilerde bulunmak amacıyla yapılmıştır.

İLGİLİ ALANYAZIN

Müşterilerin restoran tercihleri çok çeşitli faktörlerden etkilenmektedir (Fitzsimmons ve Fitzsimmons 2000). Nitekim Pedraja ve Yagüe (2001: 316-317) işletmelerin faaliyetlerini başarılı bir şekilde gerçekleştirebilmeleri ve müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri için müşterilerin restoran seçimlerinde hangi faktörlere dikkat ettiklerinin ve alternatifler arasından nasıl seçim yaptıklarının araştırılması gerektiğini belirtmiştir. Yazarlara göre bu faktörleri bilmek pazarlama ve operasyonel başarı açısından önem taşımaktadır. Günümüze değin müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörler ile ilgili yapılan çalışmalarda restoran işletmelerinin hedef pazarlarını tanıyabilmeleri ve uygun pazarlama stratejilerini geliştirebilmeleri için müşterilerin restoran seçimi ile ilgili davranışlarını bilmenin önemli olduğu belirtilmiştir. Bu çalışmaların tamamı müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörleri ve nihai olarak nerede yemek yiyeceklerine karar vermelerini etkileyen unsurları açıklamaktadır (Tablo 1).

Tablo 1. Tüketicilerin Restoran Seçimlerini Etkileyen Faktörlere İlişkin Alanyazın

Restoran Seçimini Etkileyen Faktörler	Alanyazın
Atmosfer	Lewis (1981), Milliman (1982), Auty (1992), Baker vd. (1994), Kivela (1997), Clark ve Wood (1998), Lahue (2000), Sharma ve Stafford (2000), Soriano (2001), Grossbart (2002), Erik ve Nir (2004), Rowe (2010), Özdemir (2010)
Menü/Yemek Çeşitliliği	Lewis (1981), Auty (1992), Kara vd., (1997), Kivela (1997), Clark ve Wood (1998), Erik ve Nir (2004), Barta (2008), Choi vd. (2010), Özdemir (2010)
Yemeklerin Kalitesi/Sağlıklı Olması	Lewis (1981), Auty (1992), Gregoire vd. (1995), Kivela, (1997), Qu (1997), Clark ve Wood (1998), Soriano (2001), Barta (2008), Özdemir (2010)
Fiyat	Lewis (1981), Auty (1992), Qu (1997), Kara vd., (1997), Kivela (1997), Clark ve Wood (1998), Pedraja ve Yagüe (2001), Soriano (2001), Arıker (2012)
Bölge	Qu (1997), Kivela (1997), Cullen (2004), Buchtal (2006), Knutson vd. (2006), Özdemir (2010), Arıker (2012)
Temizlik	Gregoire vd. (1995), Kara vd., (1997), Kivela (1997), Cullen (2004)
Mal/Hizmet Kalitesi	Qu (1997), Fu ve Parks (2001), Soriano (2001)
Kalabalık	Tse vd. (2002), Erik ve Nir (2004)
Çalışanların Davranışları	Gregoire vd. (1995), Kivela (1997)
Servis Hızı	Clark ve Wood (1998), Raab vd. (2009)
Besin İçeriği	Wootan ve Osborn (2006)
Rahatlık	Kara vd., (1997), Kivela (1997)
Çocuk Opsiyonu	Kara vd., (1997), Arıker (2012)
İşletmenin Çalışma Saatleri	Kara vd., (1997)
İşletme İmajı	Cullen (2004)
Ödenilen Paranın Karşılığı	Raab vd. (2009)

Tablo 1’de farklı araştırmacılar tarafından yapılan çalışma sonuçlarına göre müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörlere yer verilmiştir. Konuyla ilgili olarak alanyazında yer alan çalışmalardan elde edilen verilere göre müşterilerin restoran seçimlerini en fazla etkileyen faktörler “atmosfer, yemek/menü çeşitliliği, yemeklerin kaliteli/sağlıklı oluşu, fiyat, bölge, temizlik, mal ve hizmet kalitesi, kalabalık, çalışanların davranışları, servis hızı, yemeklerin besin içeriği, rahatlık, çocuk opsiyonu, işletmenin çalışma saatleri, işletme imajı, ödenen paranın karşılığının alınması” olarak sıralanmıştır.

Müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörler bireyden bireye değişebildiği gibi aynı zamanda aynı bireyin seçim kriterleri farklı koşullar altında farklılık gösterebilmektedir (Boone ve Kurtz 2005). Örneğin bireyin restorana hangi amaçla gittiği (eğlenme, sosyalleşme, iş, kutlama, zaman tasarrufu vb.), birlikte gittiği kişiler (aile, eş, arkadaş vb.), restoranın türü (lüks restoran, kafe, hızlı

yemek yenen işletmeler vb.) gibi faktörler de kişilerin seçimleri üzerinde etkili olabilmektedir (Auty 1992; Kivela vd. 1999a; O’Mahony ve Hall, 2007; Upadhyay vd. 2007). Diğer taraftan farklı müşterilerin, her bir seçim kriterine verdiği önem de farklı düzeyde olabilmektedir (Kivela vd. 1999b; Njite vd. 2008). Müşterilerin yemek yiyecekleri restorana karar vermelerini etkileyen faktörler ve bu faktörlerin önem derecesi müşterilerin kişilik, yaş, gelir, cinsiyet, medeni durum, aile yaşam dönemi gibi çeşitli faktörlerden de etkilenmektedir (Lewis 1981; Authy 1992; Gregoire vd. 1995; Kivela vd. 1999a; Yüksel ve Yüksel 2002; Kim vd. 2010; Harrington vd. 2011).

YÖNTEM

Müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörlerin incelenmesi, alan araştırmasıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma İstanbul ilinde bulunan Turizm İşletme Belgeli 1. sınıf restoran işletmelerinde Nisan–Temmuz 2013 tarihleri arasında yapılmıştır. 2011

yılı Adrese Dayalı Kayıt Sistemi'ne göre İstanbul İli en fazla nüfusa sahip olan ildir ve farklı demografik özelliklere sahip olan kişilerden oluşmaktadır (TUİK 2011). Dolayısıyla çalışma İstanbul ilinde gerçekleştirilmiştir. Diğer taraftan Turizm İşletme ve Yatırım Belgesine sahip yiyecek içecek işletmeleri en fazla İstanbul'da bulunmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı 2012). Bu nedenle İstanbul ilinde yapılacak bir çalışma sonucunda elde edilecek verilerin genellenebilme gücünün daha fazla olabileceği varsayılmıştır. Çalışmada 1. sınıf restoran işletmelerinin çalışma kapsamına alınmasının nedeni ise bu restoranların müşteri tercihlerine daha fazla önem verdiklerinin ve bu restoranlara gelen müşterilerin de restoran seçiminde daha fazla seçici olduklarının varsayılmasıdır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı 2012 yılı verilerine göre İstanbul ilinde 133 adet Turizm İşletme Belgesi, iki adet Turizm Yatırımı Belgesi 1. sınıf restoran işletmesi bulunmaktadır. Bu restoranların isimlerine ulaşabilmek amacıyla öncelikle İl Turizm Müdürlüğü'nden restoranların isimleri istenmiştir. İsimleri elde edilen restoranların web sayfalarından yararlanarak etnik restoranlar, özellikli restoranlar, gece kulübü olarak da hizmet sunan işletmeler belirlenmiş ve çalışma kapsamı dışında bırakılarak sadece Türk mutfağı, İtalyan mutfağı, Meksika mutfağı gibi birden fazla farklı mutfağa ait ürünlerle müşterilerine hizmet sunan, diğer bir ifade ile menüsünde farklı mutfaklara ait ürünlere yer veren restoranlar çalışma kapsamına alınmıştır. Özellikli restoranlar, etnik restoranlar ve gece kulüpleri olarak da hizmet sunan işletmelerin çalışma kapsamı dışında bırakılmasının nedeni bu restoranları tercih eden müşterilerin söz konusu işletmeleri eğlenmek, etnik bir bölgeye ya da mutfağa ait belirli yiyecekleri denemek amacıyla tercih etmiş olabileceklerinin varsayılmasıdır. Buna göre İstanbul ilinde farklı mutfakları ile müşterilerine hizmet sunan restoran sayısı 19 olarak belirlenmiştir. Öncelikle araştırmacı tarafından restoranlar telefonla aranarak yöneticileri ile görüşülmüş, çalışmanın içeriği aktarılmış ve çalışmaya katılmak isteyip istemedikleri sorulmuştur. 19 restorandan beş tanesi çalışmaya katılmayı kabul etmemiş ve böylece çalışma kapsamına 14 restoran işletmesi alınmıştır.

İstanbul'da 1. sınıf restoranları tercih eden müşterilerin sayısı tam olarak bilinmediğinden Yazıcıoğlu-

lu ve Erdoğan (2004: 49-50) tarafından $d = \pm 0,05$ örnekleme hatası ve $p = 0,05$, $q = 0,05$ güven aralığında evrenin 1 milyon ile 100 milyon olması durumunda örneklem büyüklüğünün 384 olması gerektiğinin belirtilmiş olduğu Örneklem Büyüklüğü Tablosundan yararlanılmıştır. Bu verilerden hareketle örneklem büyüklüğü 384 olarak belirlenmiş ve örnekleme alınacak bireyler kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde müşterilerin yaş, cinsiyet, öğrenim durumları, gelirleri gibi tanımlayıcı özelliklerini belirlemeyi sağlayacak sorular ile müşterilerin restorana gitme sıklıkları, nedenleri ve restoranlara birlikte gittikleri kişileri belirlemek amacıyla sorulan sorular yer almaktadır. İkinci bölümde ise müşterilerin restoran seçimlerini belirlemeye yönelik 23 maddeden oluşan bir ölçek kullanılmıştır. Ölçeğin oluşturulmasında Cullen (2004), Choi ve Zhau (2010), Harrington vd. (2011) ve Alonso vd. (2013) tarafından daha önce yapılmış olan çalışmalardan yararlanılmıştır. Katılımcılardan bu bölümde yer alan soruları 1=kesinlikle katılıyorum, 5=kesinlikle katılmıyorum şeklinde beş aralıklı ölçekle değerlendirmeleri istenmiştir. Anket formunun hazırlanmasının ardından anketteki aksayan ve eksik olan kısımlar ile anketin ikinci bölümünde yer alan ifadelerin tam olarak anlaşılıp anlaşılmadığının, sorulara tam ve anlaşılır şekilde cevap verilip verilmediğinin ve anketin güvenilirliğinin tespiti için çalışma kapsamına alınan restoran işletmelerinden birinde 30 müşteriyle pilot çalışma yapılmıştır. Pilot çalışma sonucunda katılımcıların önerileri doğrultusunda anlaşılmasında güçlük çekilen bazı ifadeler düzeltilmiştir (örneğin, tamamlayıcı hizmetlerin varlığı ifadesi yemek dışı hizmetlerin varlığı olarak değiştirilmiştir). Pilot çalışma sonuçları değerlendirildiğinde anket formunun genel güvenilirlik testi sonucunda Cronbach Alpha değeri ,802 olarak saptanmıştır. Bu sonuç, anket formunun genel iç uyumunun kabul edilebilir düzeyin üzerinde olduğunu göstermiştir (Nunnally 1978). Bu nedenle anket formları çoğaltılarak çalışmanın uygulama aşamasına geçilmiştir. Verilerin toplanması aşamasında, Nisan-Temmuz 2013 tarihleri arasında restoran yöneticilerinin önerisiyle yemeklerini tamamlayan müşterilere ankete katılmak isteyip istemedikleri sorulmuş, katılmak isteyenlere anket verilerle kendilerinin doldurması istenmiştir ve tamamlanan anket formları yine

işletme yöneticilerine teslim edilmiştir, anketler daha sonra araştırmacı tarafından işletme yöneticilerinden alınmıştır. Verilerin işlenmesi sırasında 31 anketin eksik ya da yanlış doldurulduğu tespit edilmiş ancak işletmelere ve müşterilere yeniden ulaşmanın zaman maliyeti nedeniyle bu anket formları çalışma kapsamı dışında bırakılmış ve 353 anket değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen veriler SPSS 15.0 (Statistical Package for the Social Sciences) paket programıyla değerlendirilmiştir.

Çalışmaya katılan müşterilerden elde edilen verilere ilişkin öncelikle güvenilirlik testi yapılmış ve test sonucunda Cronbach Alpha değeri ,784 olarak saptanmıştır. Bu sonuç, çalışma sonucunda elde edilen verilerin iç uyumunun kabul edilebilir düzeyin üzerinde olduğunu ve ilgili analizlerin yapılabileceğini göstermiştir. Çalışma kapsamına alınan katılımcıların özellikleri ve restorana gitme davranışlarına ilişkin tanımlayıcı sorularla ilgili verilerin analizinde yüzde ve frekans dağılımlarından yararlanılmıştır. İkinci kısımda ise müşterilerin restoran tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenebilmesi için faktör analizi uygulanmıştır. Müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesinde faktör analizinin kullanılmasının nedeni, daha önce yapılmış çalışmalardan yararlanılarak oluşturulan ve 23 maddeden oluşan ifadeler arasındaki ilişkiyi anlamak ve müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörleri daha az sayıda temel boyuta indirgemektir. Böylece müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen fazla sayıda değişkenden oluşan veriler daha az sayıda yeniden oluşturulmuş değişkenler olarak ifade edilmiştir. 23 maddeden oluşan ölçeğe ilişkin yapılan analiz sonucunda dört ifade faktör yükleri açısından 0,50'den küçük değer aldığı için bu faktörlerin faktör analizine uygun olmadığı anlaşılmış ve analizden çıkartılarak kalan 19 değişkenle analiz tekrar yapılmıştır. Daha sonra elde edilen faktörlerin müşterilerin bazı demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediklerini incelemek için veriler normal dağılım göstermediğinden Mann Whitney U ve Kruskal Wallis H analizlerinden yararlanılmıştır. Değerlendirilen tüm veriler %95 güven aralığında incelenmiştir. Çalışmada test edilecek hipotezler şu şekilde belirlenmiştir:

H1: Farklı yaş grubundaki müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörler arasında anlamlı bir fark vardır.

H2: Farklı öğrenim durumundaki müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörler arasında anlamlı bir fark vardır.

H3: Farklı gelir düzeyindeki müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörler arasında anlamlı bir fark vardır.

H4: Restorana gitme sıklığı farklı olan müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörler arasında anlamlı bir fark vardır.

H5: Kadın ve erkek müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörler arasında anlamlı bir fark vardır.

BULGULAR

Anket çalışması sonucunda elde edilen verilerin değerlendirilmesinde öncelikle katılımcıların demografik özellikleri ve restorana gitme davranışlarına ilişkin bilgiler frekans ve yüzde tabloları ile ifade edilmiş, daha sonra müşterilerin restoran seçimleri ile ilgili ifadeler için faktör analizi uygulanmış, son olarak elde edilen faktörlerin müşterilerin özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir.

Tablo 2'de katılımcıların demografik özellikleri ile restorana gitme davranışlarına göre dağılımları yer almaktadır. Katılımcıların üçte ikilik kısmından fazlasının (%68,8) kadın ve %31,2'sinin erkek olduğu görülmektedir. Çalışmaya katılan müşterilerin yarısından fazlası (%55,5) 30-39 yaşındayken bunu %28,9 oranıyla 20-29 yaş arasında olanlar, %13,9 oranıyla 40-49 yaş arasında olanlar ve %1,7 oranıyla 50-59 yaş arasında olanlar takip etmektedir. Katılımcılar öğrenim durumları açısından incelendiğinde yine yarısından fazlasının (%51,9) üniversite, %38,8'inin orta öğretim, %6,8'inin ilköğretim ve %2,5'inin lisansüstü mezunu oldukları görülmüştür. Katılımcıların gelirleri açısından ise orta üst düzey gelir düzeyinde oldukları söylenebilir. Zira katılımcıların %51,8'i 3.001-6.000TL ve %42,8'i 6.001 TL üzerinde gelire sahip olduklarını belirtmişlerdir. Diğer taraftan yapılan analizde katılımcıların yarısından fazlasının (%54,4) ayda dört-beş kez, %28,8'inin ayda beş kereden fazla, %13,3'ünün ayda iki-üç kez ve %6,5'inin ayda bir kez restorana gittikleri ve restorana giderken katılımcıların yarıya yakınının (%47,9) arkadaşları, %39,4'ünün aile üyeleri ve %12,6'sının yalnız olarak restorana gittikleri saptanmıştır. Katılımcılar restorana gitme nedenleri açısından incelendiğinde en fazla

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Restorana Gitme Davranışlarına Göre Dağılımları

	f	%		f	%
<i>Cinsiyet</i>			<i>Yaş</i>		
Erkek	110	31,2	20-29	102	28,9
Kadın	243	68,8	30-39	196	55,5
<i>Öğrenim Durumu</i>			40-49	49	13,9
İlköğretim	24	6,8	50-59	6	1,7
Ortaöğretim	137	38,8	<i>Aylık Gelir</i>		
Üniversite	183	51,9	<3.000	19	5,4
Lisansüstü	9	2,5	3.001-6.000	183	51,8
<i>Restoranda Yemek Yeme Sıklığı</i>			6.001 +	151	42,8
Ayda 1	23	6,5	<i>Restorana Gitme Sebebi</i>		
Ayda 2-3	47	13,3	Kolaylık	52	5,1
Ayda 4-5	192	54,4	Aile, arkadaş vb. ile birlikte olma	288	28,4
Ayda 5 +	91	28,8	Sosyalleşme	63	6,2
<i>Birlikte Restorana Gidilen Kişi</i>			Eğlenme	70	6,9
Yalnız	91	12,6	Zaman Tasarrufu	93	9,1
Aile Üyeleri	284	39,4	Ekonomik Olması	124	12,2
Arkadaşlar	345	47,9	Statü-Prestij	61	6,0
			Farklılık	109	10,7
			Özel Nedenler (iş-kutlama vb.)	157	15,4

(%28,4) aile, arkadaş ve tanıdıklarıyla birlikte olmak amacıyla restorana gittikleri, bunu iş, kutlama gibi özel nedenlerle gidenlerin (%15,4), ekonomik olması nedeniyle gidenlerin (%12,2), farklılık olması nedeniyle gidenlerin (10,7), zaman tasarrufu nedeniyle gidenlerin (%9,1), eğlenme nedeniyle gidenlerin (%6,9), sosyalleşme nedeniyle gidenlerin (%6,2), statü-prestij nedeniyle gidenlerin (%6,0) ve kolaylık sağlaması nedeniyle gidenlerin (%5,1) takip ettiği bulunmuştur.

Tanımlayıcı verilerin analizinden sonra müşterilerin restoran seçimiyle ilgili ölçeğin analizi için temel bileşenler faktör analizi kullanılmıştır. Toplam 19 ifadeden oluşan analizin sonuçlarına göre araştırmada kullanılan ifadeler faktör analizinin yapılabilmesi için uygun olma koşulunu sağlamaktadır (KMO=0,87). Bu değer değişkenin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir (Sipahi vd. 2008: 80).

Faktör analizi sonucunda faktör yükleri 0,50'den ve özdeğerleri 1'den büyük olan dört faktör elde

edilmiştir. Bu faktörler "Restoran Özellikleri, Yiyecek ve İçecekler, Hizmetler ve Parasal Değer" olarak isimlendirilmiştir (Tablo 3). Elde edilen dört faktörlü yapı toplam varyansın %61,6'sını açıklamaktadır. Restoran Özellikleri faktörü toplam varyansın %33,20'sini, Yiyecek ve İçecekler faktörü %13,25'ini, Hizmetler faktörü %9,5'ini ve Parasal Değer faktörü %5,59'unu açıklamaktadır. Bu sonuçlardan hareketle tüketicilerin restoran seçimlerinde Restoran Özelliklerinin birinci dereceden, Yiyecek ve İçeceklerin ikinci dereceden, Hizmetlerin üçüncü dereceden ve Parasal Değerin dördüncü dereceden önem verilen faktörler olduğu görülmüştür.

Müşterilerin restoran seçimlerini birinci dereceden etkileyen Restoran Özellikleri faktöründe en yüksek faktör yükünü atmosfer ifadesi alırken bunu restorana duyulan güven ve restoranın bilinirlik, temizlik, bölge, rahatlık, kalabalık olmama ve çalışma saatleri takip etmektedir. Nitekim alanyazında yer alan bazı çalışmaların sonuçları bu so-

Tablo 3. Faktör Analizi Sonuçları

Faktör Grupları	Faktör Yükleri				A.O	SS.
	1	2	3	4		
Faktör 1: Restoran Özellikleri						
Restoran Atmosferi	,856				1,84	0,88
Güven	,826				1,95	0,93
Restoranın Bilinirliği	,738				1,89	0,90
Temizlik	,706				2,13	1,01
Bölge	,669				1,37	0,66
Rahatlık	,671				2,30	1,10
Kalabalık	,638				1,96	0,94
Çalışma Saatleri	,614				1,91	0,91
Faktör 2: Yiyecek ve İçecekler						
Yemeklerin Kalitesi		,827			2,68	1,24
Yemek (Menü) Çeşitliliği		,797			2,64	1,22
Farklı Mutfakların Varlığı		,689			2,40	1,11
Yemeklerin Besin Değeri		,524			2,21	1,02
Faktör 3: Hizmetler						
Çalışanların Davranışları			,740		1,72	0,83
Servis Hızı			,735		1,81	0,88
Çalışanların Yetkinliği			,730		1,86	0,90
Yiyecek Dışı Hizmetlerin Varlığı			,705		1,89	0,92
Faktör 4: Parasal Değer						
Fiyat				,757	2,29	1,04
Ödenen Paranın Karşılığı				,657	2,15	0,98
Kart Kullanabilme				,610	1,67	0,76
Faktörlerin Aritmetik Ortalaması	1,92	2,48	1,82	2,04		
Özdeğer	6,746	2,520	1,909	1,121		
Tanımlanan Fark Yüzdesi	33,20	13,25	9,54	5,59		
Güvenilirlik Katsayısı	0,88	0,75	0,81	0,70		

p<,05

nuçları destekler niteliktedir. Örneğin Erik ve Nir (2004) çalışmalarında restoran seçiminde en önemli faktörün atmosfer olduğunu belirtirken Cullen (2004) işletmenin bilinirliğinin, Gregoire vd. (1995), Kivela (1997) ve Kara vd. (1997) temizliğin, Qu (1997), Buchtal (2006) ve Knutson vd. (2006) bölgenin, Kara vd. (1997) rahatlığın, Tse vd. (2002) ve Erik ve Nir (2004) kalabalığın ve Kara vd. (1997) çalışma saatlerinin önemli olduğunu belirtmişlerdir.

Restoran seçimini etkileyen ikinci dereceden önemli faktör ise Yiyecek ve İçecekler'dir ve en fazla faktör yüklerini yiyeceklerin kalitesi ve menü çeşitliliği almıştır. Müşterilerin restoran seçimleri ile ilgili yapılan pek çok çalışma bu sonuçları destekler niteliktedir (Auty 1992; Kivela 1997; Kara vd. 1997; Qu 1997; Clark ve Wood 1998; Lewis Soriano 2001; Choi vd. 2010). Üçüncü dereceden önemli

olan Hizmetler faktöründe çalışanların davranışları, servis hızı en yüksek faktör yüklerine sahiptirler. Nitekim Gregoire vd. (1995), Kivela (1997) çalışmalarında çalışanların davranışlarının, Clark ve Wood (1998) ile Raab vd. de (2009) servis hızının müşterilerin restoran seçimlerinde etkili olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonuçlar çalışma sonucunda elde edilen verileri destekler niteliktedir. Dördüncü dereceden önemli olan Parasal Değer faktöründe ise fiyat ve ödenen paranın karşılığını alma en yüksek faktör yükünü almış, alanyazında yer alan bazı çalışmalarda da benzer sonuçlar elde edilmiştir (Qu 1997; Kara vd. 1997; Kivela 1997; Clark ve Wood 1998; Pedraja ve Yagüe 2001; Soriano 2001; Raab vd. 2009).

Tablo 4'te müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörler üzerinde yaş, öğrenim, gelir ve res-

Tablo 4. Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

		Faktörler			
		Restoran Özellikleri	Yiyecek ve İçecekler	Hizmetler	Parasal Değer
Yaş	Ki-kare	,886	,753	2,928	1,836
	Pearson	,612	,735	,053	,376
Öğrenim	Ki-kare	4,743	9,672	2,646	17,025
	Pearson	,313	,043*	,752	,085
Gelir	Ki-kare	3,515	3,122	17,983	8,320
	Pearson	,317	,350	,001*	0,102
Restorana Gitme Sıklığı	Ki-kare	13,875	3,132	9,423	6,907
	Pearson	,002*	,375	,021*	,221

*p<,05

torana gitme sıklıklarının etkili olup olmadığı incelenmiştir. Yaş değişkeni için yapılan analizde dört faktör için elde edilen değerlerin ,05'ten büyük olduğu görülmüştür ve H1 reddedilmiştir. Buradan hareketle yaşın restoran seçiminde belirleyici bir faktör olmadığı sonucuna varılmaktadır. Tüketicilerin öğrenim durumları ile müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörler arasındaki ilişki incelendiğinde anlamlı bir farklılığın olduğu gözlemlenmiş ve H2 kabul edilmiştir. Başka bir ifade ile farklı öğrenim düzeyindeki müşteriler için restoran işletmelerinde sunulan yiyecek ve içecekler restoran seçimlerinde farklı derecede öneme sahiptir.

Müşterilerin gelirleri ile restoran seçimlerini etkileyen faktörler arasındaki ilişki incelendiğinde Hizmetler faktöründe anlamlı bir farklılığın olduğu görülmüştür. Dolayısıyla H3 kabul edilmiştir. Diğer bir ifade ile farklı gelir düzeyindeki müşteriler için restoran seçimlerinde restoranlarda sunulan Hizmetlere verilen önem farklılık göstermektedir. Yapılan analiz sonucunda müşterilerin restorana gitme sıklığı ise Restoran Özellikleri ve Hizmetler faktörlerinin algılanmasında farklılık

yaratmıştır. Bu nedenle H4 kabul edilmiştir. Diğer bir ifade ile müşterilerin restorana gitme sıklıkları farklılaştıkça restoran seçimlerinde Restoran Özellikleri ve Hizmetler faktörleri etkili olmakta; Yiyecek ve İçecekler ile Parasal Değer faktörleri etkili olmamaktadır.

Tablo 5'te katılımcıların restoran seçimlerini etkileyen faktörlerin cinsiyete göre farklılaşma durumu yer almaktadır. Buna göre cinsiyet ile müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörler arasında anlamlı bir fark yoktur. Bu nedenle H5 reddedilmiştir. Diğer bir ifade ile müşterilerin cinsiyetleri restoran seçimlerini etkileyen faktörlerde farklılaşmaya neden olmamaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüz rekabet ortamında restoran işletmeleri mevcut durumlarını devam ettirebilmek, kendilerini yenilemek ve rekabet ortamında ön plana çıkabilmek için müşteri tercihlerini, ihtiyaç ve isteklerini bilmek ve bu tercihler doğrultusunda mal ve hizmet sunumlarına devam etmek zorundadırlar. Diğer taraftan müşterilerin yaşam standartlarında

Tablo 5. Mann Whitney U Testi Sonuçları

		Faktörler			
		Restoran Özellikleri	Yiyecek & İçecekler	Hizmetler	Parasal Değer
Cinsiyet	Z	-,354	-,644	-,219	-1,233
	P	,743	,381	,822	,213

p<,05

meydana gelen değişimler, gelir ve öğrenim düzeylerindeki artış gibi kişisel özellikleri ve yaşam standardındaki artış, müşterilerin tercihlerinde de farklılaşmalara neden olmaktadır. Bu nedenle restoran işletmelerinin başarılı pazarlama stratejileri geliştirebilmeleri için müşterilerin restoran tercihleri etkileyen faktörler hakkında bilgi sahibi olmaları önem taşımaktadır.

Müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörleri ve bu faktörlerin müşterilerin özelliklerine göre farklılaşp farklılaşmadığını ortaya koymak amacıyla yapılan bu çalışmaya katılan müşteriler içinde genç, yükseköğrenim görmüş, yüksek gelirlili ve kadın müşteriler oransal olarak diğer müşteri gruplarından daha fazladır. Çalışmaya katılan müşterilerin büyük bir bölümü genellikle (%87,3) aile üyeleri ve arkadaşlarıyla birlikte ayda en az dört kez (%80,2) ve en fazla aile, arkadaş ve tanıdıklarıyla birlikte olmak ve iş, kutlama gibi özel nedenlerle restoranlara gitmektedirler. Bu sonuçlardan hareketle, restoran yöneticilerine uyumluluk yönetimi çerçevesinde işletmelerinin bir kısmını büyük grupların bir arada oturup yemek yiyebilecekleri aynı zamanda birlikte hoşça zaman geçirebilecekleri türde alanlar olarak planlamaları önerilebilir. Bununla birlikte literatürde yer alan bazı çalışmalarda (Lin, 2004) müşterilerin restoranda kendilerine ayrılan bölümün diğer gruplardan uzak olmasını tercih ettikleri belirtilmiştir. Bu nedenle restoran yöneticilerine yakınları, arkadaşları ve tanıdıkları ile birlikte yemek yemek ve aynı zamanda belirli bir süreyi birlikte geçirmek isteyen müşterileri için U şeklinde loca oturma düzeninde masalar düzenlemeleri önerilebilir. Bu düzen müşterilerin daha samimi bir ortamda yemek yemelerine olanak sağlayacaktır. Aynı zamanda bu oturma düzeni müşterilerin restoran içerisindeki trafikten uzak kalmalarına ve diğer misafirler ya da çalışanlarla çarpışmaların önlenmesine ve dolayısıyla müşterilerin rahat etmelerine ve memnun olmalarına da olanak sağlayacaktır.

Müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen en önemli faktör "Restoran Özellikleri" iken bunu "Yiyecek ve İçecekler", "Hizmetler" ve "Parasal Değer" faktörleri takip etmektedir. Restoranın atmosferi, bilinirliği (imajı), temizliği, bulunduğu bölge, müşterilere rahat bir ortamda deneyim sunması ve kalabalık olmaması müşteriler için restoran seçimlerini etkileyen en önemli nedenlerdir.

Nitekim Bitner (1992: 67) atmosferin müşteri tercihlerinde ve yaşadıkları tecrübe üzerinde son derece önemli olduğunu belirtirken bazı çalışmalarda da (Turley ve Milliman 2000; Sulek ve Hensley 2004; Han ve Ryu 2009; Kim ve Moon 2009) restoran atmosferinin müşterilerin restoranlarla ilgili tercih yapmaları gerektiğinde belirleyici kriter olduğunu, müşterilerin genel memnuniyetlerini ve işletmeye bağlılıklarını etkilediğini belirtmişlerdir. Bu sonuçlar atmosferin müşteriler için son derece önemli olduğunu ve işletmeye tekrar gelme niyetlerini etkilediğini göstermiştir. Dolayısıyla müşteri memnuniyetini arttırmak ve rekabet ortamında ön planda yer almak isteyen restoran işletmelerinin, müşterilerin restoranda geçirecekleri zamanın kalitesini arttırmak ve işletmeye geri gelmelerini sağlamak amacıyla rahatsız olmayacakları bir atmosfer yaratmaları gerekmektedir. Bunun için restoran yöneticilerine müşterileri için uygun olacak bir havalandırma ve klima sistemleri oluşturmaları, işletme içerisinde istenmeyen kokuları ve özellikle yemek kokusunu engellemeleri, işletme içerisindeki müzik ses düzeyini müşterileri rahatsız etmeyecek düzeyde tutmaları ve mümkün olduğunca sözsüz müzikleri tercih etmeleri, durgun ve görmeyi engellemeyen bir ışıklandırma kullanmaları, işletme mimarisinin işletmenin genel havasını yansıtacak şekilde düzenlenmeleri ve işletme içerisinde kullanılan mobilyaları rahat oturmayı ve yemek yemeyi sağlayacak şekilde seçmeleri önerilebilir.

"Yiyecek ve İçecekler" farklı öğrenim durumundaki müşteriler için restoran seçiminde daha fazla öneme sahip olan bir faktördür. Diğer bir ifade ile öğrenim düzeyi farklı olan müşterilerin restoran tercihlerinde restoranda sunulan yiyecek ve içeceklerin kalitesi, menü çeşitliliği, farklı mutfakların varlığı ve yemeklerin besin değerleri önemli rol oynamaktadır. Müşterilerin ihtiyaç ve isteklerini karşılayarak onları daha fazla memnun edebilmek için işletmelere menü kartlarına ve web sayfalarına kullandıkları malzemelerin hangi kalite standartlarında olduğunu ifade eden ibareler koymaları, müşterilerin önerilerini alarak menülerini genişletmeleri, farklı mutfaklara ait önemli yemekleri menüye eklemeleri ve menü kartlarında yer alan tanımlayıcı yazılara yemeklerin kalori değerlerini eklemeleri önerilebilir.

"Hizmetler" faktörü ise farklı gelir düzeyindeki ve restoranlara sıklıkla giden müşteriler için

restoran seçiminde daha fazla öneme sahiptir. Bu müşteriler için restoranda çalışanların davranışları, servis hızı, çalışanların yetkinliği ve yemek dışındaki hizmetlerin varlığı özellikleri, restoran seçimlerinde daha fazla etkilidir. Diğer taraftan çalışanların davranışları, çalışanların bilgi düzeylerini ifade eden yetkinlikleri, servis hızı ve yemek dışı hizmetler gelir düzeyi ve restorana gitme sıklığı arttıkça daha fazla önemli hale gelmektedir. Bu sonuçlar, restoran işletmelerinin müşterileri için yaratacakları olumlu atmosferin yanında sunacakları hizmetlerle de memnuniyet düzeylerini ve tekrar gelme isteklerini arttırabileceğini göstermektedir. Buradan hareketle restoran işletmelerine müşteri memnuniyetini arttırabilmek amacıyla çalışanları periyodik olarak müşteri ilişkileri konusunda eğitmeleri, servisin hızlı şekilde sağlanabilmesi için işletmenin sunduğu yiyecek-içecek türlerinin gerektiği servis türlerini bilen elemanlar almaları ve/veya çalışanların servis konusunda eğitilmesi, diğer taraftan müşterilere vale hizmeti, ücretsiz otopark hizmeti, çocuk oyun odası hizmeti gibi yemek dışındaki ihtiyaçlarını karşılayacak hizmetler sunmaları önerilebilir.

Dikkat çekici diğer bir sonuç ise fiyat, ödenen paranın karşılığının alınması ve kredi kartı kullanabilme özelliklerini ifade eden "Parasal Değer" faktörünün çalışmanın yapıldığı grup için restoran seçimini etkileyen bir faktör olarak belirtilmemiş olmasıdır. Bu durum müşterilerin özellikleri ne kadar farklı olursa olsun tamamının restoran seçiminden önce restoranda yaşayacak deneyimin daha sonra yiyecek ve içecekler ile hizmetlerin restoran seçimlerini etkilediğini, bunun karşılığında ödemeleri gereken parasal değerinin restoran seçimleri üzerinde etkili olmadığını göstermektedir.

Çalışmanın yöntem kısmında belirtildiği üzere bu çalışma sadece İstanbul ilinde bulunan sınırlı sayıdaki 1. sınıf restoran işletmelerinde, 353 kişi ile gerçekleştirilmiştir ve bu durum çalışmaya ilişkin en önemli kısıttır. Dolayısıyla çalışma sonucunda elde edilen veriler şüphesiz geneli tam olarak yansıtmamaktadır. Bu nedenle önümüzdeki zamanlarda çalışmada kullanılan daha geniş bir örnekleme ölçek kullanılarak daha fazla sayıda farklı tipteki restoranlarda benzer bir çalışma yapılabileceği gibi farklı özellikteki restoranlara gelen müşterilerin seçim kriterlerindeki farklılaşma karşılaştırılabilir.

KAYNAKÇA

- Alonso, D. A., O'Neill, M., Liu, Y. ve O'Shea, M. (2013). Factors Driving Consumer Restaurant Choice: An Exploratory Study from the Southeastern United States, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 22 (5): 547-567.
- Antonioli, C. M. (1995). *Enoturismo: Caratteristiche Della Domanda, Strategie Dell' Offertae Aspetti Territoriali E Ambientali*. Milano: Franco Angeli.
- Antonioli, C. M. (1999). *Strade Del Vino Ed Enoturisms. Distretti Turistici E Vie Di Comunicazione*. Milano: Franco Angeli.
- Arker, Ç. (2012). Tüketicilerin Restoran Seçiminde Kullandıkları Seçim Kriterleri ile Demografik Özellikleri Arasındaki İlişki, *Öneri Dergisi*, 10 (38): 11-32.
- Auty, S. (1992). Consumer Choice and Segmentation in the Restaurant Industry, *The Service Industries Journal*, 12 (3): 324-339.
- Baker, J., Grewal, D. ve Parasuraman, A. (1994). The Influence of Store Environment on Quality Inferences and Store Image, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22 (4): 328-339.
- Bareham, J. R. (2004). Can Consumers Be Predictable or Are They Unmanageable, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16 (3): 159-165.
- Barta, A. (2008). Foreign Tourists' Motivation and Information Source Influencing Their Preference For Eating Out At Ethnic Restaurants in Bangkok, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 9 (1): 1-17.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees, *Journal of Marketing*, 56: 57-71.
- Boone, L. E. ve Kurtz, D. L. (2005). *Contemporary Marketing*. ABD: Thomson Corporation.
- Buchtal, K. (2006). Growing up, *Restaurants and Institutions*, 116 (10): 67-70.
- Choi, J., Lee, B., ve Mok, J. (2010). An Experiment on Psychological Gaze Motion: A Reexamination of Item Selection Behavior or Restaurant Customers, *Journal of Global Business and Technology*, 6 (1): 68-79.
- Choi, J. ve Zhao, J. (2010). Factor Influencing South Florida: Is Health Issue One of the Factors Influencing Consumers' Behavior When Selecting a Restaurant?, *Journal of Foodservices Business Research*, 13 (3): 237-251.
- Chow, I. H., Lau, V. P., Lo, T. W., Sha, Z. ve Yun, H. (2007). Service Quality in Restaurant Operations in China: Decision- And Experiential-Oriented Perspectives, *International Journal of Hospitality Management*, 26 (3): 698-710.
- Clark, M. ve Wood, R. C. (1998). Consumer Loyalty in the Restaurant Industry: A Preliminary Exploration of the Issues, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10 (4): 139-144.
- Cullen, F. (2004). Factors Influencing Restaurant Selection in Dublin, *Journal of Foodservice Business Research*, 7 (2): 53-84.
- Dash, K. (2005). *McDonald's in India. A07-05-0015. Thunderbird*. The Garvin School of International Management.
- Erik, C. ve Nir, A. (2004). Food in Tourism: Attraction and Impediment, *Annals of Tourism Research*, 31 (4): 755-778.
- Fitzsimmons, J. A. ve Fitzsimmons, M. J. (2000). *Services Management, Operations, Strategy and Information Technology*. Üçüncü Baskı, Boston: McGraw-Hill.

- Fu, Y. ve Parks, S. C. (2001). The Relationship between Restaurant Service Quality and Consumer Loyalty among the Elderly, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 25 (3): 320-336.
- Gregoire, M. B., Shanklin, C. V., Greathouse, K. R. ve Tripp, C. (1995). Factors Influencing Restaurant Selection by Travelers Who Stop at Visitor Information Centers, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 4 (2): 41-50.
- Grossbart, S., Hampton, R., Rammohan, B. ve Lapidus, R. S. (2002). Environmental Dispositions and Customer Response to Store Atmospherics, *Journal of Business Research*, 21 (3): 225-241.
- Han, H. ve Ryu, K., (2009). The Roles of The Physical Environment, Price Perception, and Customer Satisfaction in Determining Customer Loyalty in The Family Restaurant Industry, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 33 (4): 487-510.
- Harrington, R. J., Ottenbacher, M. C. ve Kendall, K. W. (2011). Fine-Dining Restaurant Selection: Direct and Moderating Effects of Customer Attributes, *Journal of Foodservice Business Research*, 14 (3): 272-289.
- Heskett, J. R., Sasser, W. E. ve Schlesinger, L. (1997). *The Service Profit Chain: How Leading Companies Link Profit and Growth to Loyalty, Satisfaction, and Value*. New York: Free Press.
- Kara, A., Kaynak, E., ve Küçükemiroğlu, O. (1997). Marketing Strategies For Fast Food Restaurants: A Customer View, *British Food Journal*, 99 (9): 318-324.
- Kim, E. J., ve Geistfeld, L. V. (2003). Consumers' Restaurant Choice Behavior and the Impact of Socio-Economic and Demographic Factors, *Journal of Foodservice Business Research*, 6 (1): 3-24.
- Kim, W. G. ve Moon, Y. J. (2009). Customers' Cognitive, Emotional, and Actionable Response to the Servicescape: A Test of the Moderating Effect of the Restaurant Type, *International Journal of Hospitality Management*, 28: 144-156.
- Kim, Y.-S., Raab, C. ve Bergman, C. (2010). Restaurant Selection Preferences of Mature Tourists in Las Vegas: A Pilot Study, *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 11 (2): 157-170.
- Kim, Y.S., Bergman, C. ve Raab, C. (2010). Factors That Impact Mature Customer Dining Choices in Las Vegas, *Journal of Foodservice Business Research*, 13 (3): 178-192.
- Kivela, J. (1997). Restaurant Marketing: Selection and Segmentation in Hong Kong, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9 (3): 116-123.
- Kivela, J., Inbakaran, R. ve Reece, J. (1999a). Consumer Research in the Restaurant Environment. Part 2: Research Design and Analytical Methods, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11 (6): 269-286.
- Kivela, J., Inbakaran, R. ve Reece, J. (1999b). Consumer Research in the Restaurant Environment, Part 1: A Conceptual Model of Dining Satisfaction and Return Patronage, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11 (5): 205-222.
- Knutson, B., Beck, J. ve Elsworth, J. (2006). The Two Dimensions of Restaurant Selection Important to The Mature Market, *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 14 (3): 35-47.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2012). İşletme ve Yarım Belgeli Tesis İstatistikleri. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9860/turizm-belgeli-tesisler.html>, Erişim tarihi: 5 Mart 2014.
- Lahue, P. (2000). The New Mature Market: Senior Market, Restaurant Hospitality, 8 (4): 51-56.
- Lin, I. Y. (2004). Evaluating A Servicescape: The Effect of Cognition and Emotion, *International Journal of Hospitality Management*, 23 (2):163-178.
- Lee, S., Koh, Y. ve Kang, K. H. (2011). Moderating Affect of Capital Intensity on the Relationship between Leverage and Financial Distress in the U.S. Restaurant Industry, *International Journal of Hospitality Management*, 30 (2): 429-438.
- Lewis, R.C. (1981). Restaurant Advertising: Appeals and Consumers' Intentions, *Journal of Advertising Research*, 21 (5): 69-74.
- Milliman, R. E. (1982). Using Background Music to Affect the Behavior of Supermarket Shoppers, *Journal of Marketing*, 46 (3): 86-91.
- Myung, M., McCool, A. C. ve Feinstein, A. H. (2008). Understanding Attributes Affecting Meal Choice Decisions in A Bundling Context, *International Journal of Hospitality Management*, 27 (1): 119-125.
- National Restaurant Assosiation. (2011). Statement of Behalf of the National Restaurant Assosiation. http://www.restaurant.org/pdfs/advocacy/20110330_hrc_testimony.pdf, Erişim tarihi: 27 Şubat 2014.
- Njite, D., Dunn, G. ve Kim, L.H. (2008). Beyond Good Food: What Other Attributes Influence Consumer Preference and Selection of Fine Dining Restaurants?, *Journal of Foodservice Business Research*, 11 (2): 237-266.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Özdemir, B. (2010). Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (2): 218-232.
- Pedraja, M. ve Yague, J. (2001). What Information Do Customers Use When Choosing A Restaurant?, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13 (6): 316-318.
- Raab, C., Mayer, K. ve Shoemaker, S. (2009). Price-Sensitivity Measurement: A Tool for Restaurant Menu Pricing, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33 (1): 93-105.
- Reynolds, P. (1993). Food and Tourism: Towards an Understanding of Sustainable Culture, *Journal of Sustainable Tourism*, 1 (1): 48-54.
- Rowe, M. (2010). Keep It Casual, *Restaurant Hospitality*, 94 (3): 24-30.
- Sharma, A. ve Stafford, T. F. (2000). The Effect of Retail Atmospherics on Customers' Perceptions of Salespeople and Customer Persuasion: An Empirical Investigation, *Journal of Business Research*, 49: 183-191.
- Sipahi, B., Yurtkoru, E. S. ve Çinko, M. (2008). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Soriano, D. R. (2001). Customers' Expectations Factors in Restaurants-The Situation in Spain, *International Journal of Quality & Reliability Management*, 19 (8/9): 1055-1067.
- Sulek, J. M. ve Hensley, R. L. (2004). The Relative Importance of Food, Atmosphere, and Fairness of Wait: The Case of a Full-service Restaurant, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 45 (3): 235-247.
- Tse, A. C. B., Sin L. ve Yim, F. H. K. (2002). How A Crowded Restaurant Affects Consumers' Attribution Behavior, *International Journal of Hospitality Management*, 21 (4): 449-454.

- Turley, L. W. ve Milliman, R. E. (2000). Atmospheric Effects on Shopping Behavior: A Review of the Experimental Evidence, *Journal of Business Research*, 49 (2): 193-211.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2011). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi, http://rapor.tuik.gov.tr/reports/rwservelet?adnksdb2&ENVID=adnksdb2Env&report=wa_turkiye_il_yasgr.RDF&p_il1=34&p_kod=2&p_yil=2011&p_dil=1&desformat=html, Erişim tarihi: 5 Mart 2014.
- O'Mahony, B. ve Hall, J. (2007). An Exploratory Analysis of the Factors That Influence Food Choice among Young Women, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 8 (2): 51-72.
- Upadhyay, Y., Singh, S. K. ve Thomas, G. (2007). Do People Differ in Their Preferences Regarding Restaurants? An Exploratory Study, *The Journal of Business Perspective*, 11 (2): 7-22.
- Qu, H. (1997). Determinant Factors and Choice Intention for Chinese Restaurant Dining: A Multivariate Approach, *Journal of Restaurant and Foodservice Marketing*, 2 (2): 35-49.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yüksel, A. ve Yüksel, F. (2002). Market Segmentation Based on Tourists' Dining Preferences, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 26 (4): 315-331.
- Wood, R. (2000). *Strategic Questions in Food and Beverage Management*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Wootan, M. ve Osborn, M. (2006). Availability of Nutrition Information from Chain Restaurants in the United States, *American Journal of Preventative Medicine*, 30 (3): 266-268.

Otel İşletmelerinde İşgörenlerin Olumlu Sosyal Davranışlarının Hizmet Kalitesi Üzerine Etkisi: Nevşehir Örneği

The Impact of Prosocial Behaviors of Employees on Service Quality in Hotel Businesses: Case of Nevşehir

Duygu EREN*, Neşe Çullu KAYGISIZ**

* Yrd. Doç. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, PK 50300, Nevşehir.

E-posta: deren@nevsehir.edu.tr

**Öğr. Gör., Aksaray Üniversitesi, Güzelyurt Meslek Yüksekokulu, PK 68500, Güzelyurt Aksaray.

E-posta: nesecullu@hotmail.com

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 29 Temmuz 2013

Birinci değerlendirme: 8 Kasım 2013

İkinci değerlendirme: 9 Aralık 2013

Kabul: 10 Aralık 2013

Anahtar sözcükler:

Olumlu sosyal davranışlar, Hizmet kalitesi, İşgörenler, Otel işletmeleri, Nevşehir.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 29 July 2013

Resubmitted: 8 November 2013

Resubmitted: 9 December 2013

Accepted: 10 December 2013

Key words:

Prosocial behaviors, Service quality, Employees, Hotel businesses, Nevşehir.

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, otel çalışanlarının olumlu sosyal davranış düzeylerini belirlemek ve otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin olumlu sosyal davranışlarının hizmet kalitesi üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Bu amaçla otel işletmelerinde olumlu sosyal davranışların hizmet kalitesi üzerindeki etkisini belirlemek için bir model önerilmiş ve bu model çoklu regresyon analizi ile test edilmiştir. Otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin olumlu sosyal davranışlarını ve hizmet kalitesini ölçmek için daha önce geliştirilen ölççekler kullanılmıştır. Örneklem yöntemi olarak yargısal örnekleme yöntemi tercih edilmiş ve alan araştırması kapsamına Nevşehir ilindeki dört ve beş yıldızlı otel çalışanları dahil edilmiştir. Veriler, dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan işgörelere uygulanan anket tekniği ile toplanmıştır. Araştırma sonucunda otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin olumlu sosyal davranışlarının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, olumlu sosyal davranışların hizmet kalitesi üzerinde belirleyici bir etkisi olduğu ortaya çıkmıştır.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the level of prosocial behaviors of hotel employees and to investigate the impact of prosocial behaviors of hotel employees on service quality. In line with the purpose of the study, a causal model consisting of prosocial behavior as independent variable and service quality as dependent variable was offered and the model was tested with multiple regression analysis. Previously developed scales were employed in order to measure prosocial behaviors and service quality. Purposive sampling was used and four and five star hotels' employees in Nevşehir were included in the field research. Data were gathered from hotel employees with the help of a questionnaire. As a result of the research hotel business employees' prosocial behaviors were found to be high. In addition, prosocial behaviors were found to have a decisive impact on the service quality.

GİRİŞ

Turizm sektörü içinde yer alan otel işletmeleri, hem istihdam hem de sağladığı diğer ekonomik katkılar açısından büyük önem arz eder. Otel işletmelerinde üretilen ürünün soyut olması, üretim ve tüketimin eş zamanlı olması, değişkenliğin çok olması gibi özelliklerinden dolayı hizmetlerin yerine getirilmesinde eş güdümlü, işbirliği ve iletişim önemlidir. Özellikle üretim ve tüketimin eş zamanlı olması müşterinin üretim yerinde olmasını ve hizmeti

sunan işgören ile yüz yüze iletişimi gerektirmesinden dolayı hizmetin sunulmuş tarzı ve işgörenlerin davranışları müşterilerin hizmet kalitesi algılarında belirleyici bir etkiye sahip olmaktadır.

Otel işletmelerinin başarısının göstergelerinden biri olan hizmet kalitesi, temelde müşterilerle temas halinde olan personele bağlıdır. Hizmeti sunan ve hizmeti alan karşılaşmasındaki süreçte, müşterilerle temas halinde olan personelin hizmet davranışlarının niteliği, rakiplerden farklılaşma

açısından önemli bir etken ve rekabet avantajıdır. Otel işletmelerinde misafirlerin memnuniyeti, hizmet kalitesi algılamaları ve sağlanan hizmetlere ilişkin hükümleri, müşterilerle yüz yüze temasta bulunan personelin davranışlarından etkilenir (Chebat, Babin ve Kollias 2002). Bu sebeple, otel işletmelerinde işgören misafir etkileşimi ve bu süreçte işgörenlerin yardımsever tutum ve davranış göstermeleri kaliteli bir hizmet sunumunun gerçekleştirilebilmesi açısından önem taşır (Hartline ve Ferrel 1996). Dolayısıyla otel işletmelerinde sunulan hizmetin yapısı gereği soyut bir performans olması ve hizmet kalitesinin ağırlıklı olarak işgörenin hizmeti nasıl sunduğuna bağlı olması, olumlu sosyal davranışların hizmet kalitesi düzeyini belirleyen önemli bir unsur olduğunu göstermektedir (Yoon ve Suh 2003).

Olumlu sosyal davranışlar; bireyin kişisel çıkarı olmaksızın diğerlerinin yararına olan, yardımlaşma ya da paylaşma gibi davranışlardır (Hoffmann 1982). Olumlu sosyal davranışlar rol tanımlı, rol ötesi ve işbirliği olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır (Bettencourt ve Brown 1997). Rol tanımlı olumlu sosyal davranışlar, işgörenlerin rolü gereği yaptığı hizmet davranışları, işyerinde üstü kapalı normlardan veya iş tanımlaması ve performans değerlendirme formları gibi örgütsel dokümanlarda belirtilen açık zorunluluklardan türetilmiş hizmet sağlayandan beklenen davranışlardır (Brief ve Motowidlo 1986). Rol ötesi olumlu sosyal davranışlar, işgörenin rol ötesi sergilediği olumlu sosyal davranışları, resmi rol gereklerinin ötesinde temas personelinin isteğe bağlı davranışlarını ifade etmektedir (Bitner, Booms ve Tetreault 1990). İşbirliği ise işgörenlerin çalışma grubundaki diğer üyelere olan yardımcı davranışlarıdır (Bettencourt ve Brown 1997).

Otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin olumlu sosyal davranışları, hizmet kalitesini önemli ölçüde etkilemektedir. Olumlu sosyal davranışlar ve hizmet kalitesi ile ilgili yazında her iki kavramın ayrı ayrı incelendiği birçok çalışma bulunmaktadır. Fakat ikisinin aynı başlık altında incelendiği turizm işletmeleri üzerinde yapılan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışma, yazındaki söz konusu eksikliğin giderilmesi açısından önemli ve gerekli görülmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, otel çalışanlarının olumlu sosyal davranış düzeylerini belirlemek ve

otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin olumlu sosyal davranışlarının hizmet kalitesi üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Çalışma otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin olumlu sosyal davranışlarını ve bu davranışların hizmet kalitesi üzerindeki etkisini ortaya koyacaktır. Bu nedenle çalışma, hizmet kalitesini artırıp, kendini rakiplerinden farklılaştırmak ve rekabet üstünlüğü elde etmek isteyen otel işletmeleri için yol gösterici olacaktır. Bu çalışmada öncelikle olumlu sosyal davranışlar ile ilgili ampirik yazın özetlenmiş, daha sonra araştırmanın yöntemi, bulgular ve sonuç bölümleri ile devam edilmiştir.

YAZIN TARAMASI

Türkçe yazında olumlu sosyal davranışlar ve hizmet kalitesi arasındaki ilişkiyi ölçen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak, yabancı yazında olumlu sosyal davranışlar ile ilgili çok sayıda çalışma mevcuttur. Olumlu sosyal davranışların ölçülmesine ve olumlu sosyal davranışların hizmet kalitesi üzerindeki etkisine ilişkin en önemli çalışma, Kelley ve Hoffman (1997) tarafından yapılmıştır. Kelley ve Hoffman (1997), çalışmalarında orta ölçekli bir bankada olumlu duygu, olumlu sosyal davranışlar ve hizmet kalitesi arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Araştırma sonucunda, olumlu duygunun olumlu sosyal davranışlarla ilişkili olduğu ve çalışanların olumlu sosyal davranışları ile hizmet kalitesi algıları arasında pozitif bir ilişki olduğu bulunmuştur. Olumlu sosyal davranışlar kavramının ölçülmesine önemli bir katkı Bettencourt ve Brown (1997) tarafından yapılmıştır. Yazarlar, çalışmalarında bir bankada iş yerindeki adalet, iş tatmini ve olumlu sosyal davranışlar arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Araştırma sonucunda, iş yerindeki adalet algısının, iş tatminiyle, iş tatmininin de olumlu sosyal davranışlarla olumlu yönde ilişkili olduğu bulunmuştur. Chebat ve Kollias (2000) ise bir bankada personel güçlendirmenin olumlu sosyal davranışlar üzerindeki etkisini incelemişler ve personel güçlendirmesi ile olumlu sosyal davranışlar arasında olumlu yönde bir ilişki olduğunu bulmuşlardır. Chebat, Babin ve Kollias (2002) tarafından yapılan bir başka çalışmada büyük bir bankada olumlu sosyal davranışlar ile yönetim oryantasyonu, eğitim, davranışsal oryantasyon ve algılanan adalet arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma sonucunda, olumlu sosyal davranışlar ile yönetim or-

yantasyonu, eğitim, adalet algısı arasında olumlu bir ilişki olduğu bulunmuştur. Olumlu sosyal davranışlar ile davranışsal oryantasyon arasında ise önemli derecede bir ilişki olmadığı bulunmuştur. En önemli bulgu adalet algısının rol ötesi olumlu sosyal davranışlar üzerindeki etkisi olarak bulunmuştur. Olumlu sosyal davranışlarla ilgili bir başka çalışma da Bellou ve Andronikidis (2008) tarafından yapılmıştır. Çalışmada bir bankada iç hizmet kalitesinin çalışanların olumlu sosyal davranışları ve müşterilerin hizmet kalitesi algıları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırma sonucunda, olumlu sosyal davranışlar ve iç hizmet kalitesi arasında olumlu bir ilişki olduğu bulunmuştur. İç hizmet kalitesi yüksek olan işletmelerde çalışanların olumlu sosyal davranışları da yüksek olmaktadır. Bunun sonucunda müşteri memnuniyeti ve müşterilerin hizmet kalitesi algıları artmaktadır.

Pelled, Cummings ve Kizilos (2000), çalışmalarında bir içecek firmasında örgütsel demografinin müşteri odaklı olumlu sosyal davranışlar üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Çalışmanın sonucunda, işle ilgisi yüksek olan değişkenlerin (iş yerinde çalışma süresi ve çalışılan birim) müşteri odaklı olumlu sosyal davranışlarla pozitif yönde ilişkisi olduğu, işle ilgisi düşük olan değişkenlerin ise (yaş, cinsiyet, ırk) negatif yönde ilişkisi olduğu bulunmuştur. Ayrıca örgütsel demografik özelliklerle müşteri odaklı olumlu sosyal davranışlar arasında önemli bir ilişki olduğu bulunmuştur. Baruch vd. (2004) ise olumlu sosyal davranışlar, iş performansı ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalarında, olumlu sosyal davranışlar ile örgütsel bağlılık ve iş performansı arasında olumlu bir ilişki olduğunu bulmuşlardır.

Tsaur ve Lin (2004), konu ile ilgili turizm sektöründe bir çalışma yapmışlardır. Yazarlar, bir konaklama işletmesinde insan kaynakları yönetimi uygulamalarının olumlu sosyal hizmet davranışı ve hizmet kalitesi üzerindeki etkisini incelemişler ve insan kaynakları yönetimi uygulamaları ile hizmet kalitesi ve olumlu sosyal davranışlar arasında olumlu bir ilişki tespit etmişlerdir. Turizm sektöründe bir diğer çalışma ise Lee vd. (2006) tarafından yapılmıştır. Bir otel işletmesinde personel güçlendirme, hizmet eğitimi, hizmet ödülü, iş tatmini, örgütsel bağlılık ve müşteri odaklı olumlu sosyal davranışlar arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmada iş tatmini arttıkça rol tanımlı olumlu sosyal davranışların da arttığı, iş tatmini arttıkça örgütsel bağlılığın da arttığı, personel güçlendirmenin örgütsel bağlılık ve rol ötesi olumlu sosyal davranışlar üzerinde önemli bir etkisi olduğu görülmüştür. Ayrıca, hizmet eğitiminin iş tatmini üzerinde ve hizmet ödüllerinin iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerinde önemli bir etkisi olduğu bulunmuştur.

Görüldüğü üzere olumlu sosyal davranışların farklı sektörlerde yapılan çalışmalarda farklı örgütsel değişkenlerle ilişkisi incelenmiş ve söz konusu örgütsel değişkenleri etkilediği bulunmuştur. Bu çalışmada da otel işletmelerinde olumlu sosyal davranışlar ve hizmet kalitesi ilişkisi incelenecek ve Nevşehir'deki otel işletmelerinde olumlu sosyal davranışların hizmet kalitesi üzerindeki etkisi ele alınacaktır.

ARAŞTIRMA MODELİ

Şekil 1'de gösterilen araştırma modeline göre olumlu sosyal davranışların hizmet kalitesini etkilediği varsayılmaktadır. Modelde araştırmanın bağımsız değişkenleri, olumlu sosyal davranışları oluşturan alt boyutlardır (rol tanımlı davranışlar, rol ötesi davranışlar ve işbirliği). Araştırmanın bağımlı değişkenleri ise hizmet kalitesini oluşturan alt boyutlardır (güvenilirlik, güven vermek, anında hizmet verme, fiziksel unsurlar ve empati).

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın Değişkenleri ve Ölçümü

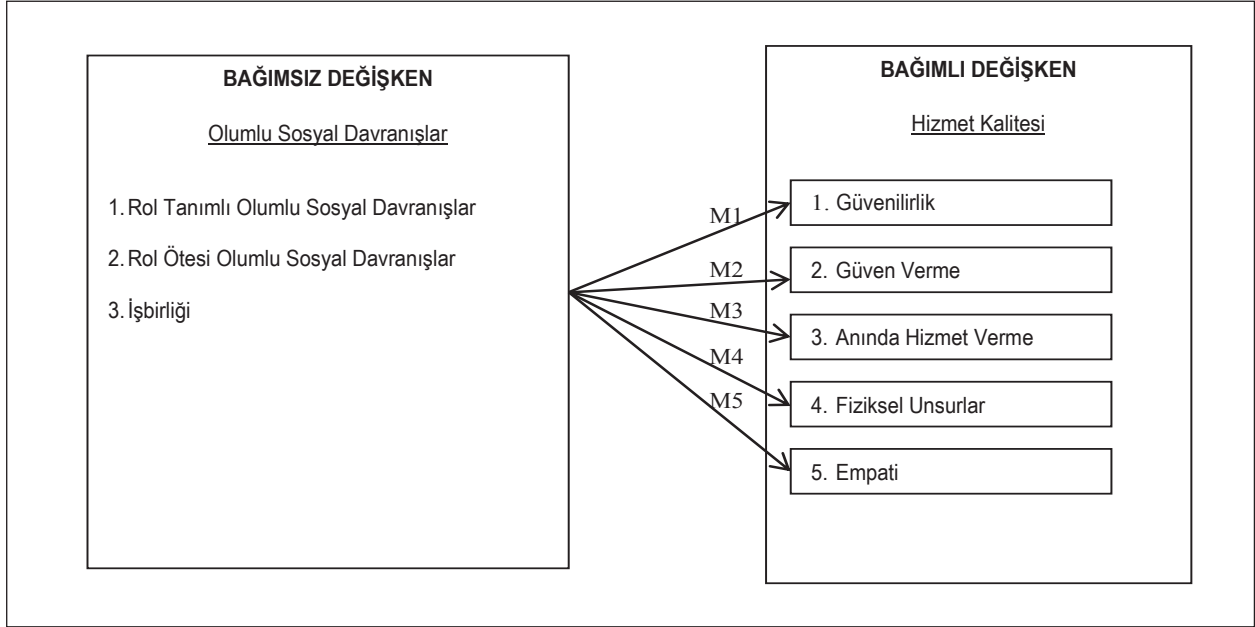
Araştırmada, otel işletmelerinde işgörenlerin olumlu sosyal davranışlarının hizmet kalitesi üzerindeki etkisi ölçülmüş ve olumlu sosyal davranışlar ve hizmet kalitesi arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Bu nedenle araştırmanın bağımsız değişkeni, işgörenlerin olumlu sosyal davranışlarıdır. İşgörenlerin olumlu sosyal davranışlarını ölçmek için Bettencourt ve Brown (1997) tarafından geliştirilen 5 aralıklı (1=kesinlikle katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=kararsızım, 4=katılıyorum, 5= kesinlikle katılıyorum) Olumlu Sosyal Davranışlar (OSD) ölçeği kullanılmıştır. Ölçek rol tanımlı, rol ötesi ve işbirliği olmak üzere üç boyuttan ve 15 maddeden oluşmaktadır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın Değişkenleri ve Ölçümü

Araştırmada, otel işletmelerinde işgörenlerin olumlu sosyal davranışlarının hizmet kalitesi üzerindeki etkisi ölçülmüş ve olumlu sosyal davranışlar ve hizmet kalitesi arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Bu nedenle araştırmanın bağımsız değişkeni, işgörenlerin olumlu sosyal davranışlarıdır. İşgörenlerin olumlu sosyal davranışlarını ölçmek için Bettencourt ve Brown (1997) tarafından geliştirilen 5 aralıklı (1=kesinlikle katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=kararsızım, 4=katılıyorum, 5= kesinlikle katılıyorum) Olumlu Sosyal Davranışlar (OSD) ölçeği kullanılmıştır. Ölçek rol tanımlı, rol ötesi ve işbirliği olmak üzere üç boyuttan ve 15 maddeden oluşmaktadır.

Araştırmanın bağımlı değişkeni ise hizmet kalitesidir. Otel işletmelerinde hizmet kalitesini ölçmek için Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1988) tarafından geliştirilen 5 aralıklı (1=kesinlikle katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=kararsızım, 4=katılıyorum, 5= kesinlikle katılıyorum) SERVQUAL ölçeği kullanılmıştır.



Şekil 1. Olumlu Sosyal Davranışlar ve Hizmet Kalitesi İlişkisi

nılmıştır. Ölçek güvenilirlik, güven vermek, anında hizmet verme, fiziksel unsurlar ve empati olmak üzere beş boyuttan ve 22 maddeden oluşmaktadır.

Örnekleme

Araştırmada örnekleme yöntemi olarak, tesadüf olmayan örnekleme yöntemlerinden amaca göre örnekleme yöntemi olarak da bilinen yargısal örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Yargısal örneklemede örneğe kimin seçileceği kararı, bir uzmana ya da konuyu en iyi bilmesi sebebiyle araştırmacının kendisine bırakılmaktadır (Nakip 2003). Yargısal örnekleme yönteminde araştırmacı, ilgisine, uzmanlığına ve seçeceği örneğin ana kütleyle benzerliği ile ilgili değerlendirmesine dayanarak, ana kütlelerin parçası olan daha küçük bir gruptan örnek seçer (Bernard 2000; Robson 2002). Ana kütle ne derece homojen ise ve araştırmacı ana kütleyle ne derece iyi tanıyorsa, bu yöntemle seçilen örnekler çok iyi sonuçlar verecektir (Arıkan 1995). Ancak, yargısal örnekleme yöntemi ile seçilen örneğin ana kütleyle ne derece temsil ettiği bilinmediğinden, ana kütle hakkında genelleme yapılamamaktadır (İslamoğlu 2009).

Araştırmanın evrenini Nevşehir ilindeki otellerde çalışan işgörenler oluşturmaktadır. Araştırmada, Nevşehir Bölgesinde faaliyet gösteren otel işlet-

melerinin önemli ölçüde birbirine benzediği kabul edilmiş ve örneklem belirlemede yargısal örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Örnekleme çerçevesi Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden alınan oteller listesi yardımıyla belirlenmiştir. Örnekleme çerçevesinde bulunan toplam 25 otelden Nevşehir Merkez, Ürgüp, Avanos ve Göreme ilçelerindeki dört ve beş yıldızlı otellerin çalışanları araştırmaya dahil edilmiştir. Anket, söz konusu otel işletmelerinde çalışan tüm işgörelere uygulanmıştır. Anketin uygulama aşamasında öncelikle araştırma kapsamındaki otel işletmelerine gidilerek otel yöneticileri ile görüşülmüş ve araştırmanın amacı açıklanarak tüm otel çalışanlarının anketleri doldurması talep edilmiştir. Anketleri uygulamayı kabul eden otel yöneticilerine toplam 400 anket bırakılmıştır. Daha sonra anketlerin çalışanlar tarafından doldurulduğuna dair yöneticilerden gelen geri bildirim üzerine anketler toplanmıştır. Anket uygulaması sonucunda toplam 241 anket kullanılabilir şekilde geri dönmüştür. Cevaplama oranı %60,25'tir.

Veri Toplama Yöntemi ve Verilerin Analizi

Veriler, yukarıda tanımlanan bağımlı ve bağımsız değişkenlerle ilgili ölçek maddelerini ve işgörelerin demografik özellikleri ile ilgili soruları içeren anket yolu ile toplanmıştır. Anket, Nevşehir ilin-

deki otellerde çalışan işgörelere uygulanmıştır. Toplanan veriler, bilgisayar ortamında analiz edilmiştir. Araştırmada veriler normal dağılım gösterdiğinden dolayı parametrik analiz yöntemleri tercih edilmiştir. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediği histogram grafiği çizilerek ve aynı zamanda çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılarak değerlendirilmiştir. Bu nedenle, analizlerde, frekans ve yüzde dağılımları gibi merkezi eğilim ölçüleri ile korelasyon ve regresyon gibi istatistiksel analiz yöntemlerinden faydalanılmıştır.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlikleri ve Geçerlilikleri

Tablo 1’de araştırmada kullanılan ölçeklerin önerme sayıları ve güvenilirlik kat sayıları (Cronbach Alpha) verilmiştir. Peterson (1994), araştırmalarda kullanılan ölçeklerin kabul edilebilir güvenilirlik katsayısının 0,70 ve üzerinde olması gerektiğini belirtmektedir (Aktaran Eren 2007). Tablo 1’de de görüldüğü üzere, araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik katsayısının yüksek ve tatmin edici düzeyde ($\alpha > 0,70$) olduğu gözlenmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin içerik geçerliliği için ölçeklerin konuda uzman üç akademisyen tarafından incelenmesi sağlanmıştır. Akademisyenlerden gelen değerlendirme sonucunda ölçek maddelerinin ölçme amacına uygun olduğu ve ölçülmek istenen alanı temsil ettiği sonucuna varılmıştır. Ölçeklerin uzaksak geçerlilikleri için öncelikle ölçeklerin madde korelasyonuna bakılmıştır.

Tablo 1. Araştırmada Kullanılan Ölçekler ve Güvenilirlik Katsayıları

Ölçekler	Madde Sayısı	Cronbach Alpha (α)
Olumlu Sosyal Davranışlar	15	0,92
Rol Ötesi	5	0,85
Rol Tanımlı	5	0,81
İşbirliği	5	0,88
Hizmet Kalitesi	22	0,96
Fiziksel Unsurlar	4	0,90
Güvenilirlik	5	0,91
Anında Hizmet Verme	4	0,90
Güven Vermek	4	0,87
Empati	5	0,92

Olumlu sosyal davranışlar ve hizmet kalitesi ölçeğinde yer alan her bir maddenin (önermenin) kendi boyutu (maddenin kendisi boyut toplamından çıkarılarak) ve ölçekte yer alan diğer boyutlar ile korelasyonuna bakılmıştır. Ölçeklerde yer alan her bir maddenin hem kendi boyutuyla hem de diğer boyutlarla korelasyon sergilemesi gerekmektedir (Green, Salkind ve Akey 1997). Analiz sonuçları, hem olumlu sosyal davranışlar hem de hizmet kalitesi ölçeklerindeki maddelerin kendi boyutu ile diğer boyutlardan daha yüksek korelasyon sergilediğini ortaya koymuştur. Araştırmada kullanılan ölçeklerin yakınsak geçerlilikleri için ise bütün alt ölçeklerin birbiriyle olan korelasyonuna bakılmıştır. Judd, Smith ve Kidder (1991) alt ölçeklerin birbiriyle olan korelasyonunun düşük fakat aynı zamanda olumlu olması gerektiğini belirtmektedir (Aktaran Eren 2007). Olumlu sosyal davranışlar ölçeğinin ve hizmet kalitesi ölçeğinin yakınsak geçerlilik analiz sonuçlarına göre, her bir alt ölçeğin diğerleriyle olan korelasyonu düşük, fakat $p < 0,01$ ve $p < 0,05$ düzeyinde olumlu ve anlamlıdır. Güvenilirlik ve geçerlilik analizi sonuçları, hem olumlu sosyal davranışlar ölçeğinin hem de hizmet kalitesi ölçeğinin geçerli ve güvenilir ölçekler olduğunu göstermektedir.

Araştırmaya Katılan İşgörenlerin Özellikleri

Tablo 2’de araştırmaya katılan işgörenlerin özelliklerine ilişkin bilgiler yer almaktadır. Tablo 2’de görüldüğü üzere araştırmaya katılan işgörenlerin %63,2’si erkek, % 36,8’i kadın; %55,2’si bekar, %44,8’i ise evlidir. Araştırmaya katılan işgörenlerin yaşlarına bakıldığında genç işgörenlerin çoğunlukta olduğu görülmektedir (%58). Anketi cevaplayan işgörenlerin %22,6’sı ilköğretim, %49,4’ü lise, %28’i ise üniversite düzeyinde eğitime sahiptir. Araştırmaya katılan işgörenlerin çalıştıkları bölümler incelendiğinde %19,5’inin kat hizmetlerinde, %9,3’ünün mutfakta, %31,7’sinin önbüroda ve %39,5’inin ise yiyecek içecek bölümünde çalıştıkları anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılan işgörenlerin %77’sinin 1-5 yıl arası, %15,9’unun 6-10 yıl arası, 4,6’sının 11-15 yıl arası ve %2,5’inin ise 16 yıldan fazla işletmede çalıştığı görülmektedir.

Olumlu Sosyal Davranışlar ve Hizmet Kalitesine İlişkin Bulguların Değerlendirilmesi

Tablo 3’te olumlu sosyal davranışlar ve hizmet kalitesi ölçeklerinin alt ölçeklerine ait bazı tanımlayıcı

Tablo 2. Araştırmaya Katılan İşgörenlerin Özellikleri

	N	Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	239		
Erkek		151	63,2
Kadın		88	36,8
Medeni Hal	239		
Bekâr		132	55,2
Evli		107	44,8
Yaş	236		
18-23		56	23,7
24-29		81	34,3
30-35		58	24,6
36-41		28	11,9
42 ve üstü		13	5,5
Eğitim Düzeyi	239		
İlköğretim		54	22,6
Lise		118	49,4
Üniversite		67	28
Bölüm	236		
Yiyecek İçecek		106	44,9
Önbüro		71	30,1
Kat Hizmetleri		46	19,5
Diğer		13	5,5
Çalışma Süresi	239		
1-5		184	77
6-10		38	15,9
11-15		11	4,6
16 ve üstü		6	2,5

cı istatistikler verilmiştir. Tablo 3 incelendiğinde, katılımcıların genel olarak olumlu sosyal davranışlarını yüksek olarak değerlendirdikleri görülmektedir (4,18). Rol ötesi olumlu sosyal davranışlar boyutu 4,21; rol tanımlı olumlu sosyal davranışlar boyutu 4,19; işbirliği boyutunun ortalaması ise 4,15'tir. Olumlu sosyal davranışları oluşturan boyutlardan rol ötesi olumlu sosyal davranışlar boyutunun ortalamasının diğer boyutlara göre daha yüksek çıkması dikkat çekicidir (4,21). Bu durum sonucunda işgörenlerin iş tanımlarında yer alan rolü gereği yaptığı davranışların ötesinde hizmet davranışı gösterdiği söylenebilir.

İşgörenlerin hizmet kalitesine ilişkin değerlendirmeleri incelendiğinde, Nevşehir'deki dört ve beş yıldızlı otellerde çalışanların hizmet kalitesini yüksek olarak değerlendirdikleri görülmektedir (4,18). Ancak, hizmet kalitesi boyutlarından anında hizmet verme boyutunun ortalaması diğer boyutlara göre daha yüksektir (4,27). Bu durumda,

işgörenlerin müşteriler için her an hizmet vermeye hazır oldukları, müşterilerin ihtiyaç duydukları hizmeti sunmak için bekletmedikleri ve hizmet vermeye istekli oldukları söylenebilir.

Olumlu Sosyal Davranışlar ve Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki

Tablo 4'te olumlu sosyal davranışları oluşturan boyutlar ile hizmet kalitesini oluşturan boyutlar arasındaki korelasyon katsayıları verilmiştir. Tablo incelendiğinde olumlu sosyal davranışların bütün boyutları ve hizmet kalitesinin bütün boyutları arasındaki korelasyon katsayıları $p=0,01$ düzeyinde pozitif ve anlamlıdır. Rol ötesi olumlu sosyal davranışlar ile en yüksek korelasyon hizmet kalitesinin empati boyutu (0,524) arasındadır. Tablo incelendiğinde rol tanımlı olumlu sosyal davranışlar ile güvenilirlik boyutu (0,560) arasında yüksek korelasyon olduğu görülmektedir. İşbirliği ile en yüksek korelasyon ise anında hizmet verme boyutu (0,631) arasındadır. Genel olumlu sosyal davranışlar ile genel hizmet kalitesi arasındaki korelasyon ise 0,679'dur. Genel olarak tablo incelendiğinde olumlu sosyal davranışlar ile hizmet kalitesi arasında pozitif ve anlamlı düzeyde bir ilişki olduğu söylenebilir.

Otel işletmelerinde işgörenlerin olumlu sosyal davranışları ile hizmet kalitesi arasındaki sebep-sonuç ilişkisini ortaya koymak amacıyla Şekil 1'de

Tablo 3. Araştırmada Kullanılan Ölçekler ve Alt Ölçeklerle İlgili Bazı Tanımlayıcı İstatistikler

Ölçekler	Genel Ortalama ¹	Standart Sapma
Olumlu Sosyal Davranışlar	4,18	0,60
Rol Ötesi	4,21	0,68
Rol Tanımlı	4,19	0,67
İşbirliği	4,15	0,69
Hizmet Kalitesi	4,18	0,66
Fiziksel Unsurlar	4,13	0,79
Güvenilirlik	4,18	0,76
Anında Hizmet Verme	4,27	0,70
Güven Vermek	4,20	0,78
Empati	4,15	0,78

¹ Ölçek: 1=kesinlikle katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=kararsızım, 4=katılıyorum, 5= kesinlikle katılıyorum

Tablo 4. Olumlu Sosyal Davranışlar ve Hizmet Kalitesi Arasındaki Korelasyon Katsayıları (Pearson)

	<i>Fiziksel Unsurlar</i>	<i>Güvenilirlik</i>	<i>Anında Hizmet</i>	<i>Güven Vermek</i>	<i>Empati</i>	<i>Hizmet Kalitesi</i>
OSD	0,501**	0,604**	0,611**	0,619**	0,616**	0,679**
Rol Ötesi	0,398**	0,427**	0,443**	0,487**	0,524**	0,526**
Rol Tanımlı	0,422**	0,560**	0,536**	0,524**	0,508**	0,587**
İşbirliği	0,502**	0,606**	0,631**	0,621**	0,593**	0,678**

** Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır (çift yönlü).

yer alan araştırma modeli test edilmiştir. Bağımsız değişkenlerin hizmet kalitesi üzerindeki etkisini ve açıklayıcılığını test etmek için çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Araştırma modeli test edilmeden önce bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantı problemi olup olmadığı incelenmiştir. Bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantı olup olmadığını belirlemek için varyans artış faktörüne (VIF) ve tolerans değerlerine bakılmıştır. Varyans artış faktörü 10,0'dan büyük ve tolerans değeri de 0,10'dan küçük olursa çoklu bağlantı probleminin olduğu kabul edilir (Hair vd. 1998: 193). Yapılan analiz sonucuna göre, bağımsız değişkenlerin varyans artış faktörleri 10,0'dan küçük (2,105) ve tolerans değerleri ise 0,10'dan büyüktür (0,475). Dolayısıyla bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantı sorununun olmadığı sonucuna varılmıştır.

Tablo 5'te olumlu sosyal davranışların hizmet kalitesi üzerindeki etkisini ortaya koyan regresyon analizi sonuçları verilmektedir. Tablo 5'te görüldü-

ğü gibi fiziksel unsurlarla ilgili hizmet kalitesini olumlu sosyal davranışların işbirliği boyutu etkilemektedir. İşbirliği boyutu fiziksel unsurlar boyutundaki varyansın (değişimin) %27'sini açıklamaktadır ($R^2=0,27$). İşgörenin kullandığı araç ve gereçlerin teknolojik gelişmelere uygunluğu işgörenin işini daha kolay ve hızlı yapmasını sağlamakta ve iş arkadaşlarına yardım etme zamanı oluşturmaktadır. Bu durumun işgörenler arasında işbirliğini arttırdığı söylenebilir.

Hizmet kalitesinin güvenilirlik boyutunu olumlu sosyal davranışların rol tanımlı olumlu sosyal davranışlar ve işbirliği boyutları etkilemektedir. Söz konusu iki olumlu sosyal davranışlar boyutu güvenilirlik ile ilgili hizmet kalitesindeki varyansın %41'ini açıklamaktadır ($R^2=0,41$). Tablo 5'te anında hizmet verme ile ilgili hizmet kalitesini olumlu sosyal davranışların rol tanımlı olumlu sosyal davranışlar ve işbirliği boyutlarının etkilediği görülmektedir. Söz konusu iki olumlu sosyal davra-

Tablo 5. Hizmet Kalitesini Etkileyen Olumlu Sosyal Davranış Boyutları

<i>Olumlu Sosyal Davranışlar Boyutları</i>	R^2	β	p	<i>Hizmet Kalitesi Boyutları</i>
	0,27			Fiziksel unsurlar
İşbirliği		0,37	0,00	
	0,41			Güvenilirlik
Rol tanımlı olumlu sosyal davranışlar		0,31	0,45	
İşbirliği		0,00	0,00	
	0,42			Anında hizmet verme
Rol tanımlı olumlu sosyal davranışlar		0,23	0,02	
İşbirliği		0,50	0,00	
	0,41			Güven vermek
Rol tanımlı olumlu sosyal davranışlar		0,17	0,01	
İşbirliği		0,46	0,00	
	0,39			Empati
Rol ötesi olumlu sosyal davranışlar		0,18	0,01	
İşbirliği		0,38	0,00	

nışlar boyutu anında hizmet verme ile ilgili hizmet kalitesindeki varyansın %42'sini açıklamaktadır ($R^2=0,42$). Aynı tablodan izleneceği üzere, güven vermek ile ilgili hizmet kalitesini olumlu sosyal davranışların rol tanımlı olumlu sosyal davranışlar ve işbirliği boyutları etkilemektedir. Söz konusu iki bağımsız değişken güven vermek ile ilgili hizmet kalitesindeki varyansın %41'ini açıklamaktadır ($R^2=0,41$). Empati ile ilgili hizmet kalitesini olumlu sosyal davranışların rol ötesi olumlu sosyal davranışlar ve işbirliği boyutlarının etkilediği görülmektedir. Söz konusu iki olumlu sosyal davranışlar boyutu empati ile ilgili hizmet kalitesindeki varyansın %39'unu açıklamaktadır ($R^2=0,39$). İşgörenlerin kendini müşterilerin yerine koyup, müşterilerin tam olarak ne beklediğini, neye ihtiyaç duyduğunu tespit etmek ve bunun için rol tanımında belirtilmemiş görevleri de yerine getirmeleri yani rol ötesi davranışlar sergilemeleri önemlidir. Bu görevleri yerine getirirken de işgörenlerin birbirine yardımcı olmalarının büyük bir öneme sahip olduğu söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin olumlu sosyal davranışları tespit edilmiş ve olumlu sosyal davranışların hizmet kalitesi üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bunun için bir model geliştirilmiş ve model Nevşehir ilinde faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı oteller üzerinde test edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre katılımcılar genel olarak olumlu sosyal davranışlarını yüksek olarak değerlendirmektedir. Katılımcıların rol ötesi olumlu sosyal davranışlarını, rol tanımlı olumlu sosyal davranışlar ve işbirliğine göre daha yüksek olarak değerlendirmeleri dikkat çekicidir. Bu durum sonucunda, işgörenlerin iş tanımlarında yer alan rolü gereği yaptığı davranışların ötesinde hizmet davranışı gösterdiği söylenebilir. Bununla birlikte, katılımcılar genel olarak hizmet kalitesini yüksek olarak değerlendirmişlerdir. Katılımcıların anında hizmet vermeyi fiziksel kanıtlar, güvenilirlik, güven vermek ve empatiye göre daha yüksek olarak değerlendirmeleri işgörenlerin hizmet sunmaya istekli ve hevesli oldukları, hizmet konusunda ve müşterileri bekletememe konusunda dikkatli oldukları söylenebilir.

Araştırmada, otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin olumlu sosyal davranışları ve hizmet kalitesi

arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Olumlu sosyal davranışların bütün boyutları hizmet kalitesi boyutlarının hepsi ile pozitif ve istatistiki olarak anlamlı korelasyon sergilemektedir. Genel olarak olumlu sosyal davranışlar ile hizmet kalitesi arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir. Olumlu sosyal davranışların farklı boyutları farklı hizmet kalitesi boyutlarına katkı sağlamaktadır. İşbirliği boyutu hizmet kalitesinin fiziksel unsurlar boyutuna katkı sağlamaktadır. Rol tanımlı olumlu sosyal davranışlar ve işbirliği boyutu hizmet kalitesinin güvenilirlik, anında hizmet verme ve güven vermek boyutlarını etkilemektedir. Rol ötesi olumlu sosyal davranışlar ve işbirliği boyutu hizmet kalitesinin empati boyutuna katkı sağlamaktadır.

Araştırmada elde edilen sonuçlar, konu ile ilgili daha önce yapılan araştırma sonuçları ile kıyaslandığında, benzer sonuçlar elde edildiği görülmektedir. Araştırmada otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin olumlu sosyal davranışlarının hizmet kalitesini etkilediği tespit edilmiştir. Kelley ve Hoffman (1997) ile Tsaur ve Lin (2003) yaptıkları çalışmalarda olumlu sosyal davranışların hizmet kalitesini etkilediğini bulmuşlardır. Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar Kelley ve Hoffman (1997) ile Tsaur ve Lin (2003) tarafından yapılan araştırmaların sonuçlarını desteklemektedir.

Bu araştırmada otel işletmelerinde olumlu sosyal davranışların hizmet kalitesi üzerindeki etkisi işgörenlerin bakış açılarından değerlendirilmiştir. Daha sonraki araştırmalarda otel işletmelerinde olumlu sosyal davranışların hizmet kalitesi üzerindeki etkisi müşterilerin bakış açılarıyla değerlendirilmesi faydalı olacaktır. Ayrıca, elde edilen araştırma sonuçları, araştırmanın sınırlı bir bölgede yapıldığı, örneklemin sınırlı sayıda ve nitelikte işletmeyi kapsadığı dikkate alınarak değerlendirilmelidir. Bu nedenle, bu çalışmada önerilen model, tesadüfi olarak seçilen daha büyük bir örnek hacmi ile Türkiye genelinde test edilebilir.

KAYNAKÇA

- Ankan, R. (1995). *Araştırma Teknikleri ve Rapor Yazma*. Ankara: Tutubay Ltd. Şti.
- Baruch Y., Ocreevy, M. F., Hind, P. ve Gadot, E. V. (2004). Social Behavior and Job Performance: Does The Need for Control and The Need for Achievement Make a Difference?, *Social Behavior and Personality*, 32 (4): 399-412.

- Bellou V. ve Andronikidis, A. (2008). The Impact of Internal Service Quality on Customer Service Behaviour: Evidence from The Banking Sector, *International Journal of Quality & Reliability Management*, 25 (9): 943-954.
- Bernard, H. R. (2000). *Social Research Methods*. Londra: Sage Publications.
- Bettencourt, L. A. ve Brown, S. W. (1997). Contact Employees: Relationships Among Workplace Fairness, Job Satisfaction and Prosocial Service Behaviors, *Journal of Retailing*, 73 (1): 39-61.
- Bitner, M. J., Booms, B. H. ve Tetreault, M. S. (1990). The Service Encounter: Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents, *Journal of Marketing*, 54 (1): 71-84.
- Brief, A. P. ve Motowidlo, S. J. (1986). Prosocial Organizational Behaviors, *The Academy of Management Review*, 11 (4): 710-725.
- Chebat, J. C. ve Kollias, P. (2000). The Impact of Empowerment on Customer Contact Employees' Roles in Service Organizations, *International Journal of Service Research*, 3 (1): 66-81.
- Chebat, J. C., Babin, B. ve Kollias, P. (2002). What Makes Contact Employees Perform? Reactions to Employee Perception of Managerial Practices, *International Journal of Bank Marketing*, 20 (7): 325-332.
- Eren, D. (2007). Örgütsel Hizmet Odaklılığın İşletme Performansı Üzerindeki Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Green, S. B., Salkind, N. J. ve Akey, T. M. (1997). *Using SPSS for Windows: Analysing and Understanding Data*. Englewood Clils NJ: Prentice-Hall.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tahtam, R. L. ve Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc.
- Hartline, M. D. ve Ferrell, O. C. (1996). The Management of Customer-Contact Service Employees: An Empirical Investigation, *Journal of Marketing*, 60 (4): 52-70.
- Hoffmann, M. L. (1982). Development of Prosocial Motivation: Empathy and Guilt, İçinde *The Development of Prosocial Behavior*, N. Eisenberg (Editör), ss. 281- 313, New York: Academic Press,
- İslamoğlu, A. H. (2009). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. İzmit: Beta.
- Judd, C.M., Smith, E.R. ve Kidder, L.H. (1991). *Research methods in social relations*. Forth Worth: Hartcourt Brace Jovanovich
- Kelley, S. W. ve Hoffman, K. D. (1997). An Investigation of Positive Affect, Prosocial Behaviors and Service Quality, *Journal of Retailing*, 73 (3): 407-427.
- Lee Y. K., Nam, J. H., Park, D. H. ve Lee, K. A. (2006). What Factors Influence Customer Oriented Prosocial Behavior of Customer Contact Employees?, *Journal of Services Marketing*, 20 (4): 251-264.
- Nakip, M. (2003). *Pazarlama Araştırmaları*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. ve Berry, L. L. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, 64 (1): 13-17.
- Pelled, L. H., Cummings, T. G. ve Kizilos, M. A. (2000). The Influence of Organizational Demography on Customer-Oriented Prosocial Behaviour: An Exploratory Investigation, *Journal of Business Research*, 47: 209-216.
- Peterson, R. A. (1994). A meta-analysis of cronbach's coefficient alpha, *Journal of Consumer Research*, 21, 381-391.
- Robson, C. (2002). *Real Wold Research*. Oxford: Blackwell.
- Tsaur, S. H. ve Lin, Y. C. (2004). Promoting Service Quality in Tourist Hotels: The Role of HRM Practices and Service Behavior, *Tourism Management*, 25 (4): 471-481.
- Yoon, M. H. ve Suh, J. (2003). Organizational Citizenship Behaviors and Service Quality as External Effectiveness of Contact Employees, *Journal Business Research*, 56 (8): 597-611.

21. Yüzyılda Yeni Nesil Konaklama Yapıları: Butik Otel Yaklaşımı

21st Century New Generation Accomodation Buildings: Approach of Boutique Hotel

Ece AYKOL*, Rengin ZENGEL**

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Bina Bilgisi ABD, 35160 Kaynaklar Yerleşkesi, Tınaztepe, Buca, İzmir.
E-posta: ece-aykol@hotmail.com

**Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Mimarlık Bina Bilgisi ABD, 35160, Kaynaklar Yerleşkesi, Tınaztepe, Buca, İzmir.
E-posta: renginzengel@gmail.com

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 5 Ağustos 2013
Birinci değerlendirme: 13 Aralık 2013
İkinci değerlendirme: 12 Mart 2014
Kabul: 14 Mart 2014

Anahtar sözcükler:

Konaklama yapıları,
Turizm,
Butik otel,
Aidiyet, Deneyim.

ÖZ

Bu çalışma, gelişen ve değişen yaşam şartları ile birlikte oluşan yersizlik kavramı, butik oteller üzerine alanyazındaki yetersiz tanımlamalar ve dolayısıyla bunların sonucunda tasarlanan niteliksiz konaklama yapıları olarak üç sorun üzerinden ele alınmıştır. Öncelikli olarak butik kavramına temellenen anlayışın farklı süreçlerde, farklı disiplinlerde hangi bağlamlar üzerinden kurgulandığı tartışılarak butik otel tanımlamalarına açıklık getirilmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede gerek yurtdışı gerekse Türkiye'deki birçok otel tasarım ve işletmeciliğinde idealde bir butik otelin barındırması gereken özelliklerden yalnızca birkaçına sahip olan konaklama yapılarının butik otel olarak adlandırılması, önemli bir kavramsal tutarsızlık olarak gösterilebilir. Ayrıca yurtdışında sıklıkla rastlanılan farklı butik otel tipolojilerine Türkiye'de de yer verilmeye başlanmasına rağmen bu otellerin tanımlamalarına henüz alanyazında yer verilmediği görülmüştür. Turizm ve mimarlık ara kesitinde yer alan bu çalışmada getirilen yeni tanımlamalar göz önünde bulundurularak bu yapıların barındırması gereken özelliklerin netleştirilmesi, dolayısıyla turizm sektöründeki yanlış tanımlamalara engel olunup kullanıcıların bilinçli tercih yapmasını sağlamak bu çalışmanın öncelikli hedeflerindedir. Bu çalışmanın sonucunda işletmecilerin ve kullanıcıların tutarlı tanımlamalar ile butik otel yaklaşımını benimsemesi ve doğru tercihler yapması beklenmektedir. Ayrıca netleştirilen tanımlamalar ile konaklama tesislerinin butik otel sınıflandırmasına dâhil olup olmadıkları daha tutarlı bir şekilde tespit edilebilecektir.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 5 August 2013
Resubmitted: 13 December 2013
Resubmitted: 12 March 2014
Accepted: 14 March 2014

Key words:

Accomodation buildings,
Tourism,
Boutique hotel,
Sense of belonging, Experience.

ABSTRACT

This study discusses the three problems; which are composed with developing and changing lifestyles, inefficient descriptions about boutique hotels and consequently designed unqualified accomodation buildings. At first, boutique approach is emphasized in different periods and different disciplines in order to clarify the descriptions of the boutique hotels. In this context both in abroad and in domestic, many of the boutique hotel designs and boutique hotel managements do not have all the properties of a boutique hotel, they only have some of them. This situation can show conceptional inconsistency of intitling accomodation buildings as a boutique hotel. In addition, although various boutique hotel types, which have lots of examples in abroad, started to appear in Turkey, there is no description of the hotel types in tourism literature. This study is situated as an intersection of architecture and tourism and aims to reserve the qualification of boutique hotel by considering new descriptions of the hotels, and therefore provides the conscious choice of the consumers. As a result of this work, it is expected that both managers and customers adopt the boutique hotel approach and make the right choices with the help of consistent descriptions. Besides, with the help of clarified descriptions, one will be able to identify more consistently whether the accomodation buildings are included in boutique hotel classification or not.

GİRİŞ

Üç tarafı denizlerle çevrili Türkiye'nin gelişiminde her geçen gün daha fazla önemli bir konuma sahip olan turizm ve bu alana ayrılan yatırımlar, tasarlanan konaklama yapılarının mekânsal ölçek-

te kullanıcılarına sunduğu kalite ve hizmet anlayışını da bir o kadar değerli hale getirmektedir. Son yıllarda popüler bir yatırım aracı olarak var edilen butik otel kavramı, konaklama yapıları arasında, içeriği tasarlandığı coğrafyaya göre farklılık gösterebilen belirsiz bir tanımlama içinde var edilmektedir. Anlayış olarak turizm ve mimarlık disiplinleri arasında kalan butik otelin, işletme yaklaşımı ve mekânsal açıdan tam olarak hedeflenen ölçütlerinin net bir şekilde belirlenmesi önemli bir gerek-

* Bu makale Ece Aykol'un, İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Bina Bilgisi Programında yazılan "Butik Otelerde Mekân Çözümleri ve Tasarımsal Yaklaşımlar" başlıklı Yüksek Lisans tezinden derlenmiştir.

liliktir. Tanımlamalardaki belirsizlikler nedeni ile suiistimal edilen butik otel yaklaşımı, turizm açısından negatif bir imaj sergilemekle birlikte kullanıcısını da kandırmaktadır. Bu çerçevede adını her alanda sıklıkla duyduğumuz butik kavramının, işletme anlayışı ve mekânsal özelliklerinin konaklama yapıları üzerinden irdelenmesi araştırmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır.

Araştırma, temel olarak üç sorun üzerine kurulmuştur. Bunlardan ilki; değişen ve gelişen yaşam koşulları sebebi ile kişilerin boş zamanlarının yetersizliği ve bunun sonucunda az zaman geçirdikleri ev konforuna, ev hissiyatına duyulan özlemdir. Bu duruma alternatif olarak sunulan ve günümüzde giderek popülerleşen, adına birden çok alanda rastlanılan butik yaklaşımı ise butik oteller özelinde değerlendirilecektir. Butik otellerin hizmet anlayışının ve mekân niteliklerinin net bir tanımlamaya sahip olmayışı ve bununla birlikte kendi içlerinde yine çelişkili tanımlarla gruplara ayrılması ikincil sorun olarak ele alınmaktadır. Üçüncü sorun ise tanımlamalardaki belirsizliğin etkisi ile butik otel anlayışını benimsememiş fakat butik otel olarak adlandırılan kimliksiz konaklama yapılarının ortaya çıkmasıdır. Çalışmada amaçlanan, butik anlayışını hizmet ve mekânsal olarak, turizm ve mimarlık disiplinleri beraberinde ele alıp çelişkisiz tanımlamalar ortaya koyarak hem otel işletmecilerine hem de otel kullanıcılarına bir kaynak oluşturmaktır.

Turizm anlayışı ve dolayısıyla konaklama yapıları değişen yaşam tarzı ile paralel olarak gelişmektedir. Inceoğlu ve Inceoğlu'nun (2013) belirttiği gibi 19. yüzyılda demiryollarının yaygınlaşması ile birlikte han ve kervansaraylar yerini kent otellerine bırakırken, 20. yüzyılda yıldızlı oteller ve tatil köyleri ortaya çıkmaktadır. Bu süreçler boyunca da seyahat edenlerin konfor beklentileri sürekli artmış ve artık amaç seyahat edenlerin otelden beklentilerini en üst düzeyde karşılamak haline gelmiştir. Aytaç'a (2006) göre yaşam, geçmişe oranla daha değişken, daha mobil ve daha plastik bir boyuttadır. Yaşam ve kimlik ölçütleri kayganlaşırken değişkenlik, yersiz yurtsuzluk, mobillik insanları günden güne etkisi altına almaktadır. Günümüzde artan hareketlilik durumu nedeni ile Tanyeli'nin de (2013) belirttiği gibi otel, modern çağda neredeyse konutun tek alternatifi olmaktadır. Hatta sürekli otelde yaşayanlar bile bulunmaktadır. Otellerde geçirilen zamanların artması nedeniyle de kullanıcıların otellerde ev hissiyatını talep etmesi kaçınılmazdır.

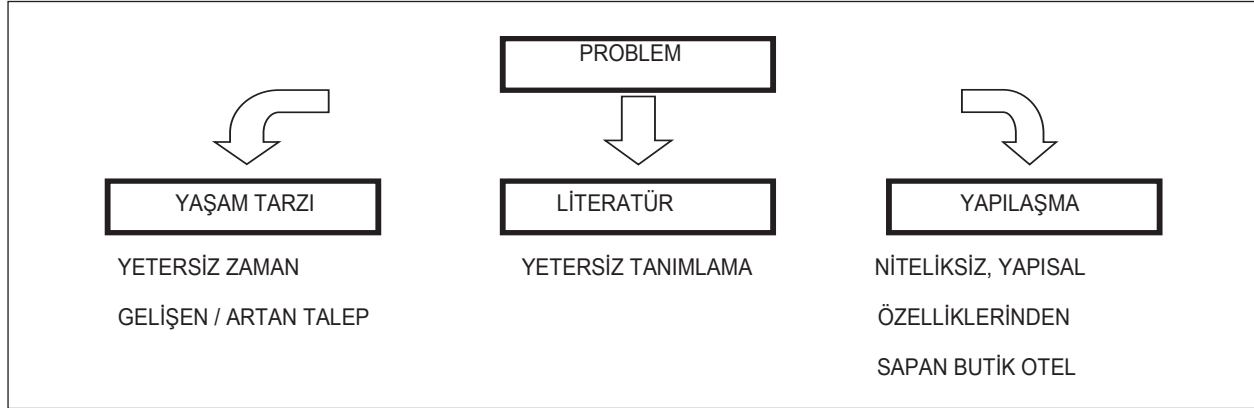
Douglas'a (1991) göre ev, sabit bir yere konumlanmış olmak zorunda değildir. Bir karavan, bir çadır, bir bot eviniz olabilir. Kendi kontrolünüz altına alabildiğiniz mekân, evinizdir. Bu yaklaşıma göre de konaklama yapılarında geçirilen zamanın artması, otelleri kendi evimize çevirme yani kontrolümüz altında bulundurmaya isteme anlayışını pekiştirmektedir. Yıldızlı oteller belirli standartları nedeni ile bu isteğe yanıt veremez iken butik oteller bu durumda iyi bir alternatif olarak ön plana çıkmaktadır.

Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik'in 43. maddesinde tanımlanan butik otel ölçütleri ele alındığında, bu özelliklerin birçok butik otelde sağlanmadığı görülmektedir. Butik anlayışı kavramsal olarak eşsiz, tek olmayı gerektirirken birçok butik otel örneği bu duruma tamamıyla zıt olan zincir otel anlayışı içinde işletilmektedir. Yanı sıra genel olarak lüks, konforlu ve pahalı olarak bilinen butik otellerde kimi zaman deneyim sağlamak uğruna konfordan ve lüksten ödün verildiği durumlara da rastlanmaktadır. Bu nedenle de tatil köylerinde sıkça rastladığımız temalı tasarımlara gidilmekte ve yine butik anlayışına zıt, sahneleşmiş mekân örnekleriyle karşılaşmaktadır. Elçin'e (2007) göre başka "şeylere", başka "zamanlara" ait bileşenlerin bir araya gelmesi ile oluşturulan kurgu mekânların, "köy gibi" "saray gibi" "ev gibi" belirlenmiş suni imajlar çerçevesinde geliştirilerek insanların fantezilerine yanıt vermesi beklenmektedir. Tatil köylerindeki suni imaj yaklaşımı ile "ev gibi" olma, evinde gibi hissettirme yaklaşımı da aynı imaj olgusu kapsamında değerlendirilmektedir. Bu yaklaşımlar, butik otellerin zaman zaman kendi içlerinde çelişkili duruma düştüklerinin göstergesidir.

KURAM

Yaşam şartları ve beklentilerin değişkenlik göstermesi üzerine bir alternatif olarak sunulan butik kavramı, bu çalışmanın temelini oluşturmaktadır. Çalışmada ilk olarak butik kavramına ve farklı disiplinlerdeki tanımına değinilecek, daha sonra örnekleri giderek artan butik otel tipolojilerine açıklık getirilecek ve son olarak da belirlenen butik otel tanımlamaları ile çelişen örneklerle de yer verilecek, olumlu ve olumsuz örnekler değerlendirilerek kullanıcıya bu otellerin barındırması gereken özellik-

Tablo 1. Çalışmada Ele Alınan Problemler



Kaynak: Aykol 2013.

ler aktarılacaktır. Araştırma, temel olarak üç problem üzerine kurulmuştur (Bkz. Tablo 1).

İlk problem olarak belirlenen yaşam tarzının değişkenliğe uğraması, konaklama yapılarında da farklı yaklaşımlara gidilmesinde etkili olmaktadır. Beneton'ın da (1991) bahsettiği üzere; kapitalist çalışma yaşamının biçimsel, kuralcı zihniyeti insanları, çalışma hayatından arta kalan zamanlarını programlamaya itmektedir. Yenal'a (2013) göre ise boş zaman hızlanan iş temposuna eklenmekte ve mesaileşmektedir. Günümüzde insanlar çalışma saatleri dışındaki vakitlerinde hem görünür olmak hem de hizmetin en kalitelisini almak istemektedir. Bu nedenle de hem tasarım hem de hizmet sektöründe beklentiler giderek artmaktadır.

Gündelik hayatın hızlı ve monoton temposunda planlanıp programlanan tatil süreçleri de aynı zamanda statü göstergesi için bir fırsat haline gelmektedir. Altun-Doğaner'e (2005) göre de günümüz post-modern anlayışı ve bunun sonucunda ortaya çıkan tüketim kültürü herkese sonsuz özgürlük sunmakta ve her isteği mümkün hale getirmektedir. Harvey'e (1997) göre tüketim sadece giyim, dekorasyon gibi tasarım alanlarında değil, hizmet anlayışı, dinlenme faaliyetleri gibi alanlarda da etkili olmaktadır. Turizm sektörü de kullanıcıların değişen isteklerine ayak uydurmak zorunda kalmaktadır. Altun (2013), konaklama yapılarındaki değişkenliği, otelin işlevinden çok, tüketicinin yaşam tarzı, boş zamanını nasıl geçirmek istediği ve buna bağlı olarak farklılaşan beklentileridir, sözleriyle özetlemektedir.

Yukarıda anlatılanların sonucunda konaklama yapılarında da alternatif arayışlar meydana gelmektedir. Altun'a (2013) göre, değişen ihtiyaçların paralelinde gelişen konaklama yapıları tatil köyleri, iş otelleri, spa otelleri, temalı oteller, butik oteller, tasarım otelleri (design hotels), sanat otelleri (*art hotels*), *HIP* oteller gibi farklı tasarım ve hizmet anlayışlarına göre sınıflandırılmaktadır. Bu otel yaklaşımlarında günümüz kullanıcılarına hizmet, konfor ve imaj kavramlarının bütününe sunan alternatif ise butik oteller olmaktadır. Küçük ölçekli ve özgün tasarımları, kişiye özel hizmet anlayışı, kullanıcılarına ev konforunu ve sıcaklığını yaşatma, deneyim sunma gibi birçok özelliği açısından, evinde kısıtlı zaman geçiren, boş zamanlarını planlayan günümüz kullanıcıları için risksiz bir konaklama alternatifi olmaktadır. Yenal'a (2013) göre de büyük kentlerde yaşayan, eğitilmiş, kariyer sahibi, zengin orta sınıflar için kitle turizminin bildik pratikleri cazibesini yitirmektedir ve turizmin paketlenmiş standart tatil anlayışı yerine butik otel yaklaşımları ön plana çıkmaktadır.

İkincil problem olarak ele alınan, günümüzde giderek isimlerine daha sık rastladığımız tasarım otelleri, *HIP* oteller olarak yurtdışında anılan fakat Türkiye'de henüz yer etmeyen butik otel yaklaşımlarıdır ve çalışmada bu yeni nesil otellere tanımlamalar getirilecektir. Pehlivanoglu'na (2010) göre de son beş yıl içerisinde turizm ve otelcilik alan yazısına girmeye başlayan ancak resmîleşmemiş *HIP* Otel kavramı alternatif oteller sınıflandırmasında gösterilmektedir. Bu sınıflandırmalara Türkiye'de henüz yer verilmeyişi araştırmanın bu alana yönel-

mesini sağlamıştır. Yetersiz tanımlamalar ve dolayısı ile kullanıcının yeterli bilgiye sahip olmaması fırsat bilinerek, az sayıda oda kapasitesine sahip olan birçok konaklama yapısı butik otel olarak adlandırılmakta, bunun üzerinden getirim sağlanmaktadır. Bu durumun sonucunda da 21. yy. yaşam tarzına iyi bir alternatif olan ve rağbet gören nitelikli konaklama yapıları kullanıcılarına yanlış tanıtılmaktadır.

Yetersiz alanyazın tanımlarının da etkisi ile ortaya çıkan niteliksiz konaklama yapıları da üçüncül problem olarak ele alınmıştır. Tanımlara bakıldığında özgünlük özelliğinden kaynaklı olarak belirli standartlara sığdırılamayan butik otellere net bir tanımlama getirilememektedir. Belirlenen özelliklerin ucu açık kalmaktadır. Özgün olması, tefrişinde antika veya tasarım ürünler kullanılması, küçük ölçekli olması, farklı deneyimler sunması, kullanıcıya ev konforunu yaşatması ve zincir otel olmaması butik otellerin barındırması gereken özelliklerdir. Bu özelliklerden de anlaşılacağı üzere belirli bir standartlaşma görülmemektedir. Özüne bakıldığında, kalıplaşmış standartlar butik otellerin mantığı ile örtüşmemektedir. Öyle ki küçük ölçekli olması gereken butik otellerin oda sayıları dahi farklı ülkelere göre değişkenlikler gösterebilmektedir. Freund de Klumbis (2004) butik otellerin oda sayısını 50 ve 100 olarak belirtirken Caterer Search (2005) 50 odadan az, Erkutlu ve Chafra (2006) 3 ve 100 oda, Henderson (2011) ise en fazla 100 oda, McDonnell Covelli (2005) ise en fazla 150 oda olarak tanımlamıştır. Türkiye’de Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişki Yönetmeliğin 43. maddesinde ise 10 ile 60 oda aralığında olması gerektiği belirtilmiştir. En belirleyici özellik olan oda sayısında bile bölgelere göre tutarsızlıklar gözlemlenmektedir ve bu özellikte dahi nitelikler standartlaşmazken özgün olma, farklı deneyim sunma, kişiye özel hizmet anlayışı gibi ucu açık kalan özelliklerin değişkenlik göstermesi şaşırtıcı değildir. Bu tanımlara karşı olarak Rowe (2003), butik otellerin küçük olmasının önemli bir özellik olduğunu vurgulamıştır. Rowe, bunun kişiye özel hizmet ve samimi bir ortam yaratmak adına bir gereklilik olduğunu savunurken, Schragger Otelleri’nin kurucusu olan Ian Schragger ise butiğin bir yaklaşım ve tutum olduğunu otel büyüklüğü ile değerlendirilmemesi gerektiğini (Wheeler 2006) savunmuştur. Kendi otellerinde de çok sayıda oda

kapasitesi barındırıp müşterilerine teatral atmosfer içinde mimari, tasarım, renk, ışık gibi farklı duyu- ların algıladığı deneyimler sağlamaktadır. Bu yorumlamalar nedeniyle tanımlamalar ile çelişen örneklere rastlanmaktadır. Zincir otel anlayışına hem işletme hem de mekânsal yaklaşım olarak zıt olan butik otellerin zincirleşmiş örnekleri türemeye başlamaktadır. Örneğin temalı tatil köylerine karşı bir yaklaşım olan butik otellerde de artık temalı otel örneklerine rastlanılmaktadır. Deneyim adı altında hapishane otel, arena otel, okul otel olarak mekânların otel işlevlerine dönüştürüldüğü örnekleri mevcuttur. Farklı deneyimleri sunmak adına temalaştırılan bu örnekler ile birlikte, “ileride butik otellerin de eleştirilen sahte kimlikli tatil köyü yapılarına dönüşmesi kaçınılmaz mı olacaktır?” sorusu akıllara gelmektedir.

İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Olga’nın (2009) aktarımıyla butik otelin ilk örneği, zincir otellerin standartlığına karşı bir yaklaşım olarak, 1981 yılında hizmete sunulan, ünlü tasarımcı Anouska Hempel tarafından tasarlanan, Londra’daki *Blakes in London* otelidir. Butik yaklaşımı hızla yayılmış yine 1981 yılında San Francisco’da *Clarion Bedford* oteli açılmıştır. Ian Schragger ise ikonik butik otelleri ile bu sektöre 1984 yılında *New York*’taki *Morgans Hotel* ile dâhil olmuştur. Bu örneklerin sonrasında butik otel yaklaşımı günden güne gelişmiş ve birçok ülkede sayıları hızla artış göstermiştir. Her bir örneğinde fiziksel ve işletme anlayışı olarak farklı niteliklere sahip olan butik otellerin tanımlamalarını butik otel yöneticilerinin, tasarımcılarının ve otel sahiplerinin hemfikir olduğu özellikleri Anhar (2001); mimari ve tasarım, hizmet, hedef kitle, konum (şehir merkezi ve tatil bölgeleri) olarak dört ayrı başlıkta ele almıştır. Butik oteller ile ilgili olarak yapılan çalışmaların genellikle bir bölge özelinde ele alındıkları gözlenmektedir. Belirli standartların küresel ölçekte sağlanamaması nedeniyle özellikler ülkelere göre değişkenlik göstermektedir ve genel bir tanımlamaya sığdırılamamaktadır. Wheeler (2006) *Understanding the Value of Boutique Hotels* isimli çalışmasında öncelikle butik otel tanımlamalarını ele almış, farklı kişilerin yaptığı tanımlamaları değerlendirmiş ve 2001-2006 yılları arasında Amerika’nın *Boston, New York ve Washington* şehirlerindeki butik otellerin artışını ve ko-

naklama fiyatlarını zincir oteller ile kıyaslamıştır. Lim ve Endean (2009) ise bu çalışmanın da amaçlarından biri olarak belirlenen butik otel tanımlamalarına açıklık getirmeyi hedeflemiştir. Estetik değerler ve işletme anlayışı olarak iki ayrı başlıkta, butik otel özelinde genel bir alanyazın taraması ile ele alınan çalışmada elde edilen bulgular İngiltere için değerlendirilerek yazar tarafından genel bir tanımlama getirilmiştir. Weaver (2009) ise turizm ve estetik tasarım kavramlarını birlikte ele almış estetik kaygılar üzerinden butik oteller ve zincir oteller arasında kıyaslamalara yer vermiştir. Yanı sıra günümüzde adı yeni duyulmaya başlayan tasarım otelleri *design hotels*, *lifestyle oteller* gibi yeni nesil butik otellere de değinmiştir. *Design Hotels*, *HIP Hotels*, *Lifestyle Hotels* gibi kavramlar konaklama yapıları ile ilgili olarak yazılmış birçok çalışmada yer bulmuş, fakat Pehlivanoğlu (2010) *HIP Hotel (highly individual places/kendine özgü mekânlar)* olarak tanımlanan “Konaklama Mekânlarının Kavramsal, Estetik ve İşlevsel Analizi” adlı çalışmasında yalnızca *HIP Hotels* kavramını ele almıştır.

Butik oteller hem farklı bir işletme anlayışı hem de farklı tasarımsal yaklaşımlara sahip olmak zorunda olduklarından bu konu ile ilgili yapılan çalışmalar turizm ve mimarlık ara kesitinde yer almaktadır. Turizm alanında yapılan çalışmalarda butik oteller; işletme prensipleri, müşteri memnuniyeti, personel nitelikleri, yıldızlı oteller üzerinden karşılaştırma gibi farklı konular üzerinden değerlendirilmiştir. Değişen yaşam şartları da turizm yapılarını şekillendiren bir etkidir ve butik oteller günümüzde kullanıcıların beklentilerine hizmet, konfor, tasarım gibi birçok yönü ile cevap vermektedir. Mimarlık alanında ise bu otellerin tasarımsal özellikleri açısından değerlendirmeler yapılmıştır. Can (2007) “Ürgüp’teki Geleneksel Konutların Butik Otel Olarak Kullanımının Değerlendirilmesi” adlı çalışmasında butik otel ve konut ara kesitinden, getirim sağlamak adına gerçekleştirilen dönüşümlerin kültürel varlık, turizm ve geleneksel dokuya olan olumlu ve olumsuz özelliklerini irdelemektedir. Çelik (2010) ise “Butik Otellerin Alaçatı Örnekleri Üzerine Analizi” isimli çalışmasında dönüştürülmüş ve yeniden inşa edilmiş butik oteller olarak ikiye ayırmaktadır ve yapısal özelliklerini karşılaştırmaktadır.

YÖNTEM

Bu araştırmanın alanyazındaki örnekler bağlamında alanındaki diğer çalışmalardan farkı, butik otel niteliklerine öncelikle butik kavramı üzerinden yaklaşılmasıdır. Araştırmada konaklama yapılarının türlerine ve süreçler içerisindeki değişimine değinilecektir fakat asıl hedeflenen, butik anlayışının süreçlerdeki değişimi ve niteliklerinin okuyucuya aktarılmasıdır.

Araştırmada butik oteller ve yeni nesil otel yaklaşımları ile ilgili net standartların olmamasından kaynaklı problemler okuyucuya aktarılmaktadır. Bu otellerin resmi standartlara sahip olmayışı ve özel nitelikli konaklama yapıları sınıfına giren yapıların bu özellikleri barındırmaması nedeni ile kullanıcılar bu oteller hakkında doğru fikir sahibi olamamaktadır. Bu yaklaşım için istatistikî sonuçlar çıkarmak kesin sonuç veremeyeceğinden anket yöntemleri uygulanmamıştır. Bu nedenle bugüne kadar bu alandaki yapılmış çalışmalar ve tanımlamalar araştırmadaki en önemli rolü oynamaktadır. Yetersiz tanımlamalara çözüm arayışı, alanyazında taramalar yapılarak geliştirilecektir. Yurtiçi ve yurtdışında bugüne kadar yapılmış çalışmalarda butik kavramına değinilmiş fakat yıldızlı otellerdeki gibi net standartların olmayışı butik otel yapılarında tutarsızlıklara neden olmuştur. Bu tutarsızlıklar ise butik kavramı üzerine farklı tanımlar yapılmasından kaynaklanmıştır. Farklı tanımları ortadan kaldırmak ise öncelikle butik yaklaşımını kelime anlamı üzerinden her yönü ile değerlendirmek ile daha sonra da bugüne kadar butik otel üzerine yapılmış tanımlamaların mevcut butik otel örnekleriyle kıyaslanmasıyla mümkün olacaktır. Yeni nesil otel yaklaşımları da (*art hotels*, *design hotels*, *HIP hotels*...) butik oteller ile çok benzer özellikler sergilediğinden bu otellerin sayısının artması ile daha büyük bir kavram karmaşasının ortaya çıkması kaçınılmazdır. Henüz Türkiye’de bu örnekler için bir adlandırma ve tanımlama yapılmamasından dolayı çalışmada daha çok yabancı kaynaklar ele alınmış ve sayılı tanımlamaları ve örnekleri değerlendirilerek yeni tanımlar getirilmiştir.

DEĞİŞEN YAŞAM ŞARTLARI

Çalışma butik otel özelinde, turizm ve mimarlık disiplinlerinin kesişim noktasında yer aldığından, değişen yaşam şartlarının hem butikleşme hem de seyahat anlayışının süreçler arası değişkenliği üze-

rinden değerlendirilmesi gerekmektedir. Antik dönemden 19.yüzyıla kadar ticaret, kentler arası seyahatin en önemli nedenlerinden birini oluştururken alt ve orta gelir grubunda olan kişiler seyahat kavramına uzak kalmışlardır. Ulaşım sorunları nedeniyle daha çok zorunluluk doğrultusunda yapılan seyahatler, 19.yüzyılda Avrupa'da demiryollarının yaygınlaşması ile daha kolay, hızlı, ekonomik ve konforlu bir hale gelmiştir. Bu nedenle demiryollarının gelişimi seyahat olgusunda bir devrim olarak kabul edilmektedir. Demiryolları ile birlikte farklı ülkelere yapılan seyahatler artış göstererek kültür, sağlık, spor gibi amaçlar için de seyahatler yapılmaya başlanmıştır. Kayın'a (2000) göre, bu dönemde kara ulaşımı olarak demiryollarının, deniz ulaşımı olarak da buharlı gemilerin gelişmesi kervan ticaretinin gerilemesine sebep olmuştur ve daha uzun mesafelerde yapılan ticaret ile daha organize konaklama yapılarına ihtiyaç duyulmuştur ve bu dönemde modern konaklama anlayışı olarak oteller türemeye başlamıştır. Yüzyılın sonlarına yaklaşıldığında ise ikinci seyahat devrimi olarak nitelendirilen, havayolu kullanımının artışı da konaklama yapılarını değişkenliğe itmiştir. Ulaşımındaki kolaylık, turistik bölgelerin taşıma kapasitelerinin de kolaylıkla aşılmasına neden olmuş ve popüler olana talep çok kısa sürede artış göstererek, turistik bölgelerin yozlaşmasına yol açmıştır. Tatil köyü örneklerinde de kullanıcıya konaklama süresince bulunduğu bölgeyi tanınmasını ya da dinlenmesini sağlamak yerine planladığı boş zamanlarını kurgulanmış bir sahnede geçirmesini sağlamıştır. Tanyeli'den (2004) aktaran Karasakaloğlu'nun (2011), kimliksiz, tarihsiz, toplumsal ilişkilerin kurulamadığı, sözleşmeli yok-mekân olarak nitelendirdiği tatil köyleri, buldukları konuma, kültüre göre değil, otellerin markalarına göre şekillenmiştir ve daha fazla turist çekmek, farklı olmak adına, bir sahneye, lunaparka dönüştürülmekten çekinilmemiştir. Ülkenin ya da kentin coğrafi, kültürel özellikleri sergilenmemiş, bunun yerine görkemli, abartılı kimi zaman taklit yapılar ile pazarlama ve adını duyurma stratejisine gidilmiştir. Bu pazarlama tekniği ile müşterinin ilgisini çekilmiştir, fakat bu yaklaşımın ülkenin tanıtımına olan katkısının olumlu ya da olumsuz olduğu tartışılır bir durumdur.

Değişen yaşam şartları butikleşme üzerinden ele alındığında, butikleşmenin sanayi devriminden günümüze kadar farklı disiplinlerde etkisini gör-

mek mümkündür. Moda, resim ve mimari, butikleşme etkilerinin görüldüğü alanlardan yalnızca bir kaçıdır. Butik kavramının kişiye özel olma durumu göz önünde bulundurulduğunda tüm süreçlerde kişiye özel hizmetin ve tasarımın önemli bir yeri olduğu bilinmektedir. Antik dönemden 19.yüzyıla kadar üretimde özel üretimin haricinde bir seçenek bulunmadığından herkes evinde kullandığı eşyadan, giydiği kıyafete kadar özel üretim ürünleri kullanmaktadır. Sanayi devrimi ile tüm dengeler değişerek makineleşme ve seri üretim insanların hayatına girmiş, gelişmiş ve hız kazanmıştır. Uzun'a (2011) göre sanayi devriminin sonrasında estetik beğeniler de değişkenlik göstermiştir. Sanayi devrimi ile birlikte üretim ve tüketimin anlam ve ilişkilerinin şekil değiştirmesine bağlı olarak "tüketim kültürü" ortaya çıkmıştır. Tüketilebilir olma yetisi yayıldıkça, nesnelere birer statü göstergesi olarak çeşitlenmesi ve gösterge değerleri üzerinden eskimesi, tüketimin hız ve hacmini arttırıcı bir etken olduğundan, toplumun "ihtiyaçlar" yerine "istekler" yoluyla tüketime yönlendirilmesi, ekonominin yaşamsallığı açısından en önemli araçlardan biri haline gelmiştir. Tüketimin kendine özgü kültürel kodlarıyla toplumsal değer kazanması ve bireyler arasında ortak bir alan oluşturması ile birlikte tüketim kültürünün varlığından söz edilmeye başlanmıştır.

Endüstrileşmenin beraberinde gelen seri üretim anlayışı ile kişiye özel tasarımlar, üretimler zorunluluk olmaktan çıkmıştır. Bunun sonucunda da yine yüksek gelire sahip kesimler özel üretimlerden ve özel tasarımlardan vazgeçmemişlerdir. Bu anlayış da farklı adlandırmalarla moda, resim, mimari gibi farklı disiplinlere dâhil olmuştur. 19.yy. sonundan İkinci Dünya Savaşı'na kadar olan süreçteki modern sanat akımlarının etkilerinin görüldüğü dönemde ortaya atılan moda tasarımı alanındaki en büyük yenilik, kişiye özel üretimi temel alan *HauteCoutre* anlayışı olarak kabul edilmektedir. Özudoğru'nun da (2013) bahsettiği gibi bazı araştırmacılar *HauteCoutre*'un yanında sanayi devrimi ile ortaya çıkan ve 19. yy. son çeyreğinde giderek yaygınlaşan hazır giyim üretiminin de aynı öneme sahip olduğunu iddia etmektedirler. Her ne kadar hazır giyim sektörü rakip olarak gösterilse de farklı olmayı isteyen üst sınıf ekonomiye sahip insanlar *HauteCoutre* taleplerinden vazgeçmemişlerdir.

Endüstrileşme resim sanatında da etkisini göstermiştir. Geç 18.yy. ve erken 19.yüzyıla kadar bi-

rinin portre sahibi olması onun üst sınıfta yer aldığı simgelerken, fotoğrafın icadı ile birlikte her sınıftan insan buna kolay yoldan sahip olabilmıştır. Sanat tarihçisi Ernst Gobruch de fotoğrafın icadı ile birlikte kendisine portresini yaptırmak isteyenlerin sayısının azaldığını belirtmektedir (Özüdoğru 2013: 214). İnsanlar kendi portrelerini özel olarak sanatçılara resmettirir iken fotoğraf makinesi ile birlikte bu yöndeki talep azalmıştır fakat halen daha bir ressamın eserine sahip olmak bir statü göstergesi olarak kabul edilmektedir. Sanayi devriminin etkileri, mimaride de görülmektedir. Yapı üretiminde ortaya yeni malzemelerin çıkması ile mimarlık büyük bir değişim sürecine girmiş, modern mimarlığın temelleri bu dönemde atılmıştır. Endüstrileşmenin beraberinde gelen süslemelelerin, makine ile yapılması ve sonucundaki zevksiz ürünlerin ortaya çıkması sanatçı çevrelerinde ayaklanmaya sebep olmuştur ve bu dönemde (19. yy.) sanatçı ve eleştirmen John Ruskin ile *ArtsandCrafts* akımı ortaya çıkmış, William Morris ise bu akımın uygulamaya dökülmesinde önemli bir rol oynamıştır. Morris ortaçağ üretim geleneğini savunarak bu geleneği yaşatmak için 1861 yılında üretimleri el işçiliği ile yapılan duvar kâğıdı, mobilya, vitray, kitap, kumaş gibi ürünlerin tasarlandığı *Morris and Company* firmasını kurmuştur ve bu ürünler el işçiliği ile uzun zamanda, fazla emek sarf edilerek az sayıda üretildiği için yüksek fiyatlarla satılmıştır. Dolayısıyla ürünler, belirli bir sınıfa hitap ederek az sayıda tüketiciye ulaşmıştır. Teknolojinin de gelişmesi ile birlikte önemini giderek yitiren el işçiliği ve zanaatkârlığı yaşatma kaliteye ve iyiye yönelme çabası *Art Nouveau ve Arts and Crafts* akımlarının ortak gayesi olmuştur.

Üretimin hızlanması ile birlikte ürüne daha kolay erişim sağlanarak tüketimler de doğru orantılı olarak artış göstermektedir. Bunun sonucunda da daha keyfi harcamalar, daha farklı talepler türemektedir. Karasakaloğlu'na (2011) göre de günümüzde tüketimin ihtiyaçtan öte bir zevke dönüşmesi, insanların hiper-gerçek bir dünyaya ya da post-modern kültüre doğru yönelimi bize hız ve haz çağının yaşandığını hissettirmektedir. Yeni dünya düzeni ile birlikte kişiler, yoğun tempoları sonucunda az zamanda, kaliteli ve özel hizmet taleplerinde bulunmakta, aynı zamanda da farklı deneyimler ile tatmin olmayı beklemektedir. 21. yüzyıldaki bu yaşam biçimine konaklama ve eğ-

lence sektöründeki en uygun yaklaşım butik anlayışıdır. Kısıtlı tatil süreçleri, yoğun iş temposu, evde geçirilen zamanının darlığı insanları hem deneyim arayışına itmektedir hem de ev konforunu dışarıda aramasına sebep olmaktadır. Çalışan, genç ve kültür seviyesi yüksek olan yeni nesilde ise bir dönemin popüler yapıları olan her şey dâhil sistemi ile hizmet veren tatil köylerine olan talep azalmaktadır ve farklı olanı yapılarda değil, daha çok o yapılarda sunulan deneyimlerde aramaktadırlar. Pehlivanoglu'na (2011) göre; otel müşterisinin beklentileri artık sadece konaklama, dinlenme ve eğlence aktiviteleri olmamakta, aynı zamanda buldukları yerel kültürü keşfetmek, sosyal aktivitelere katılmak, toplumsal bazı faaliyetlerin içine girmek gibi gereksinimlerinin de karşılanması gerekmektedir. Bu durum "Alternatif Turizm" kavramını da beraberine getirirken, büyük grup turlar geri planda kalmış, yerel ve kültürel özellikleri barındıran küçük ve orta ölçekli konaklama yapıları tercih edilmeye başlanmıştır. Alternatif turizm anlayışına cevap verebilecek konaklama yapısı olarak ise kişiye özel hizmeti esas alan ve sıcak samimi bir ortam yaratmayı, kullanıcıya evindeymiş gibi hissettirmeyi hedefleyen butik otel kavramı ortaya çıkmaktadır. Butik oteller de taleplerin artması ile birlikte kendi içlerinde niteliklerine göre sınıflandırılmalara sokularak, farklı adlandırmalar ile anılmaya başlamaktadır.

BUTİK KAVRAMI

Butik kelimesi anlam olarak, karmaşık veya özel müşteriye verilen hizmet kişiye özel olarak tanımlanmaktadır (Oxford Sözlüğü 2014). Bir diğer tanımda küçük, moda uygun dükkân veya özel servis ya da ürünler sunan şirket olarak ele alınmaktadır (MerriamWebster Sözlüğü 2014). Ayrıca genellikle özel, elit ürünlerin satıldığı küçük alışveriş dükkânı olarak belirtilmektedir. Bu tanımlara göre butik kelimesinde göze çarpan anahtar kelimeler küçük ve özel olan olarak belirlenebilmektedir. Küçük sıfatı ölçek ile ilgili olarak butiğin mekânsal tarafını belirtirken, özel olma durumu hizmet anlayışı ile özdeşleşebilmektedir. Mekânsal özellik olarak küçük olma durumunda dönemsel olarak bir farklılık gözlemlemek mümkün olmazken özel olma yaklaşımı son zamanlarda ortaya çıkmış bir olgu değildir. Butik anlayışı, 19. yüzyıldan beri var olmaktadır ve süreçler içinde farklı

disiplinler üzerinden ele alınmıştır. Sanayi devrimi öncesine kadar birçok ürünün özel olarak, el işçiliği ile tasarlanması bir anlamda butik kavramını erken dönemlerde desteklemiştir. Kişiyeye özel hizmet, tasarım, küçük ölçekli mekânlar, el yapımı üretim, tek sayıda üretim ve sıra dışı deneyimler butik anlayışının bileşenlerini oluşturmaktadır. Tüm bu bileşenler bir konaklama yapısı olarak butik otel ile tek bir çatı altında toplandığında kişiyeye özel hizmet anlayışı ile müşterisine farklı deneyimler sunan mekânsal olarak zincir otel anlayışına zıt bir tavrı sergilenmektedir.

Butik oteli tanımlamadan önce butik kavramına değinmek gerekmektedir. Dilimize Fransızcadan yerleşen butik kelimesi Türk Dil Kurumu'na (2014) göre; giyim ve süs eşyası satılan dükkân olarak tanımlanmaktadır. İnternet taramalarına göre ise butik yalnızca giyim eşyası satılan dükkân olarak değil küçük ölçekte, özel ve seçilmiş elit ürünlerin satıldığı yer olarak belirtilmektedir. Aynı zamanda butik kelimesi özelleştirilen servis ve ürünler barındıran küçük, modaaya uygun dükkân veya şirket olarak tanımlanabilmektedir. Tanımlara bakıldığında, küçük olma durumu ve özelleşmiş kelimelerinin ön planda olduğu görülmektedir. Bu tanımlardan yola çıkıldığında, butikliğin yani özel olma durumunun birçok alanda kendisine yer bulduğu söylenebilmektedir. Özünde butik olma durumu mekânsal, ürün odaklı ve hizmet anlayışı olarak değerlendirilebilir.

Butik kavramına mekânsal olarak yaklaşıldığında küçüklük kavramı ölçek olarak, özelleşmek

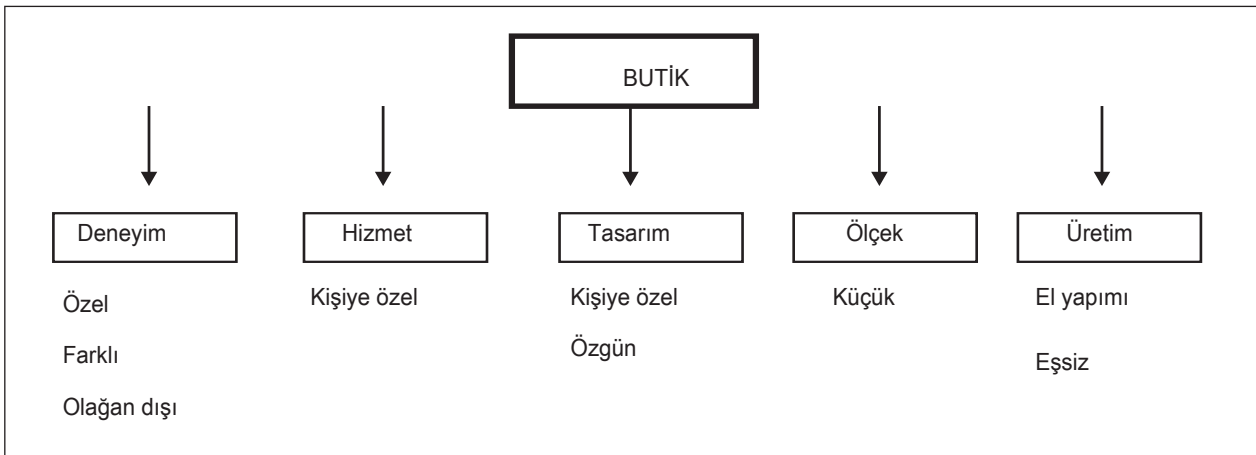
kavramı da özgün tasarım olarak ele alınabilmektedir. Ölçek olarak küçük olması kullanım amaçlarına göre değişkenlik gösterse de mekânsal anlamda az sayıda kişi barındırması ortak noktadır. Özgün tasarım ise coğrafik konuma, bulunduğu kentin kimliğine, kullanıcı tiplerine göre değişkenlik gösterebilmektedir. Bu bağlamda, bulunduğu çevrenin özelliklerini yansıtmaması ve bunu yansıtırken de mekânsal özellikleri ile kullanıcıya kendisini özel hissettirmesi ortak nokta olabilir.

Mekânsal olmanın yanı sıra butik olma, yani özel olma durumu bir ürün üzerinden de sağlanabilmektedir. Özel tasarım bir sandalye kullanmak ya da bir tasarımcının vazosunu kullanmak, sosyal statü simgesi olarak gösterilebilmektedir. Özel olarak üretilen ve eşi benzeri olmayan ürünler üst sınıflar için kendilerini özel hissetmeleri ve bunu başkalarına göstermek için önemli bir araç olmaktadır.

İşletme anlayışı olarak butik kavramı ele alındığında müşterisini özel hissettirmek ilk hedefdir. Bu bağlamda hizmet verdiği personel sayısı ve personelin nitelikleri önemli rol oynamaktadır. Sadece bireysel hizmet verecek kapasitede personel yeterli olmamaktadır. Aynı zamanda personelin konusunda uzmanlaşmış olması da önem taşımaktadır (Bkz. Tablo 2).

Butik anlayışının tüm niteliklerini bir arada barındırması gereken butik oteller, genel yaklaşım olarak benzer özellikler gösterse dahi bazı nitelikleri ülkelere göre değişkenlik gösterebilmektedir. Fiziksel özellikleri değişkenlik gösterse de hiz-

Tablo 2. Butik Kavramı



Kaynak: Aykol 2013.

met anlayışları aynı kalmaktadır. Konumu ne olursa olsun butik otel kişiye özel hizmet sağlamalı, eşsiz, özgün tasarımlara sahip olmalı ve kullanıcılarına farklı deneyimler sunabilmelidir. Farklı yazarlara göre butik otel tanımlamaları Geyik'in (2010) hazırladığı tablo geliştirilerek aşağıdaki gibi özetlenebilmektedir (Bkz. Tablo 3).

Butik otel niteliklerinin net bir tanımlamaya sığdırılmaması farklı yazarların butik oteller ile ilgili söyledikleri yorumlarla da desteklenmektedir. Tabloda yazarların açıklamalarındaki ortak noktalar ve farklı noktalar tespit edilmeye çalışılmıştır. Tanımlamalardaki ortak noktayı butik otel birim-

lerinin küçük olması ve eşsiz tasarıma sahip olma özelliği oluşturmaktadır. Yanı sıra otellerin oda sayısı her yazarda farklılık göstermektedir. Bir diğer ortak nokta "trend" ve "modern" tasarımlara sahip olması da eksik bir tanımlama olarak göze çarpmaktadır. Butik otellerde antika, klasik, retro gibi farklı tasarım anlayışlarına da yer verilebilmektedir. Önemli olan otelin bütünü ile bir tarzının olması ve özgünlüğüdür.

Butik Otel Konaklama Derneği'ne (*BoutiqueLodgingAssociations-BLLA*) (2013) göre; butik otelde kültürel, tarihi veya otantik yaklaşımlar, bağımsız (zincir değil), ilgi çekici, kişiye

Tablo 3. Farklı Yazarlara Göre Butik Otel Tanımları

Yazar	Yıl	Butik Otel Tanımlamaları
Nobles ve Thompson	2001	Butik otel en fazla 100 odalı olan, samimi ortama sahip, kişiye özel hizmetin bulunduğu, personelin ve yönetimin tutumunun samimi olduğu, müşterinin neyi ne zaman isteyeceğini bilen mükemmel hizmete sahip otellerdir.
Albazzaz vd.	2003	20-55 yaş arasındaki kişileri hedef pazar olarak belirleyen, mimari özellikleri ile sıcak ve samimi bir ortam sunan otellerdir.
Zengel	2003	Küçük lüks otel tipolojisi ile bütünleştirilen butik oteller, niceliksel büyüklüğüne bağlı olmayan, butik kelimesinin ifade ettiği üzere belirli bir bireysel tavır sergileyen, dolayısıyla önceden belirlenmiş standartlarla sınırlandırılmayan bir yaklaşımdır.
Forgsren ve Franchetti	2004	Bu oteller ortalama 86 odalı, yüksek modern yapıya ve benzersiz kimliğe sahip olan otellerdir. Otellerin odaları yüksek teknoloji çözümler ile çağdaş bir şekilde tasarlanmış ve otellerin en çarpıcı özelliği servis kalitesinin yüksek ve gerçek müşteri ilişkilerine sahip olmasıdır.
Freund de Klumbis	2004	90'lı yıllardaki dönemlerde pazardan büyük paylar alan butik oteller, 50-100 odalı, Avrupa ve Asya etkisinde mobilya tasarımları ile zincir olmayan işletmeler olarak tanımlanır.
Victorino	2005	Karakteristik özellikleri, çağdaş ve gerekli tasarımlar ile kişilere birçok yaşam tarzı olanaklarını sunmasıdır.
CatererSearch	2005	Butik oteller özel tasarımlı ve 50 odadan az sayıda odası olan otellerdir. Genellikle şehir merkezinde konumlanmasına rağmen, kırsal ve bölgesel yerlerde sayıları artmaktadır.
Erkutlu ve Chafra	2006	Tarz döşenmiş belli bir konseptte sahip, 3-100 arasında oda kapasitesi bulunan, telefon, internet, klima, mini bar gibi teknolojik yeterlilikte ve müşterilerin görevlere 7-24 ulaşabilecekleri konaklama birimleridir.
Aggett	2007	Butik oteller maksimum 100 odalı, iç mekânlarında özel tasarım mobilyalara sahip, özgün mekânlardır.
Olga	2009	Butik otel iyi bir konsept ile tasarlanmış ve eşsiz bir atmosfere sahip olmalıdır.
Lim ve Endean	2009	Genellikle küçük ölçekli, 100'den az odaya sahip, zincir olmayan, genellikle şehir merkezinde konumlanan, kişiye özel tasarıma ve hizmete sahip, 3, 4, 5 yıldızlı otel standartlarındaki konaklama yapılarıdır.
Henderson	2011	Butik oteller maksimum 100 odalı olmalıdır. Bunun nedeni kişiye özel hizmeti sağlayabilmeleridir.
Balekjian ve Sarheim	2001	Trend, ilham verici, istek uyandıran ve çeşitli deneyimler sunan otellerdir.

Kaynak: Geyik 2010; Aykol 2013.

Tablo 4. Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik'in 43. Maddesine göre Butik Otellerin Barındırması Gereken Nitelikler

Türkiyede Butik Otellerin Barındırması Gereken Nitelikler	
İç Dekorasyon Birimler	Modern, röprodüksiyon, antika özellikli mobilyalar, özgün tasarım Kapasiteye yeterli lobi ve oturma salonu, kapasitesi 50 kişiden az olmamak kaydı ile tesis yatak kapasitesinin en az %75'ine alakart hizmeti veren asgari ikinci sınıf lokanta, yer alan ünitelerden en az birinin bulunması: 1) Kişi başına 1,2 metrekare alan düşecek şekilde en az 50 kişilik pasta salonu, 50 kişilik kabare, sinema, tiyatro etkinliklerinin yapılabileceği salon veya en az 60 metrekare büyüklükte kütüphane ünitesi. 2) Açık veya kapalı yüzme havuzu 3) Jimnastik salonu, bowling-bilardo salonu, Türk hamamı, buhar banyosu, kar odası, tuz odası, tuzlu buhar odası, sıcak taş odası, alarm sistemi bulunan sauna, masaj üniteleri, cilt bakım üniteleri, spor sahası, tenis kortu, kayak pisti, duvar tenis salonu
Konfor	Beş yıldızlı otel standartlarını taşıyacak şekilde düzenlenmeli
Personel	Yatak kapasitesinin en az %50'si oranında alanında eğitilmiş personel
Hizmet	24 saat oda servisi Çamaşır yıkama / kuru temizleme Günlük gazete servisi

Kaynak: 25852 Sayılı, 21.06.2005 Tarihli Resmi Gazete'de Yayımlanan "Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik'in 43. Maddesi.

özel servis hizmeti, yüksek kalitede oda özellikleri, davetliler için oturma salonları, kütüphane gibi sosyal birimler olmalıdır. Türkiye'de ise Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yayınladığı Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 43. maddesine göre butik otellerin tanımı farklıdır. Butik otel; yapısal özelliği, mimarî tasarımı, dekorasyonu ve kullanılan malzemeleri yönünden özgünlük arz eden, işletme ve servis yönünden üstün standartlara sahip, deneyimli veya konusunda eğitilmiş personel ile kişiye özel hizmet veren, en az on, en fazla altmış odalı tesisler olarak belirtilmektedir(Bkz. Tablo 4).

Tablo 4'teki niteliklere göre, dekorasyon ile ilgili özellikler butik otel tanımlamaları için uygun iken birimlere getirilen sınırlamaların birçok butik otel örneğinde yerine getirilmediği gözlemlenmektedir. Personel ve konfor için belirtilen nitelikler açıklayıcı olurken hizmet anlayışı için verilen başlıklar butik otel özelinde yetersiz kalmaktadır. 24 saat oda servisi, çamaşır yıkama, kuru temizleme ve günlük gazete servisi ortalama standartlardaki birçok otelde bulunmaktadır. Butik oteller kişiye özel hizmet anlayışı ile bu özelliklerin haricinde ekstra hizmetler barındırmalıdır.

Butik otellerde ölçek olarak küçüklük, az sayıda oda kapasitesi özellikleri belirtilmesine karşın net bir standart söylenememektedir. Oda kapasitesi

ülkelere göre değişkenlik göstermektedir. Bunun haricinde kişiye özel hizmet anlayışı, farklı deneyimler sunma, tasarımda özgünlük gibi bir takım özellikler aynı kalmaktadır. Belirtilen nitelikler beş yıldızlı otellerdeki gibi keskin standartlara sahip olmadığı için daha yoruma dayanmaktadır ve değişik butik otel örneklerinde birbirlerine çelişen örnekler görmek mümkündür.

Kullanıcıların taleplerinin küçük ölçekli otellere doğru yönelmesinden sonra butik oteller de kendi içlerinde gruplaşmış, ortaya yeni otel kavramları atılmıştır. Bu gruplaşmalarda da yine oda sayısı az miktarda tutulmaktadır. Butik otelden farkları ise müşteriye akılda kalacak deneyimlerde sınırlar zorlanmakta ve müşteriye kendisini özel hissettirme anlayışı daha üst sınırlara çekilmektedir. Hizmet anlayışı ise esnek yemek saatleri, kişiye özel gazete hizmeti sınırlarının dışına çıkmış, müşterilere ismen hitap edilmesi, müşterinin havaalanından araba ile karşılanması ve otele gelir gelmez bavulundaki giysilerin ütülenmesine kadar taşınmıştır. Otelcilik sektöründeki bu yenilikçi atılımlar da yeni sınıflandırılmaya başlanmıştır. Bu sınıflandırmalar birbiri aralarında çok benzer özelliklere sahiptir. Sınıflandırmaların yapılmasındaki en büyük neden ise arayıştır.

Otel kullanıcısının günden güne değişen talepleri, yaşam tarzı ile birlikte değişen, gelişen bek-

lentiler ve onların farklı arayışları yeni sınıflandırılmalarının doğmasında önemli rol oynamaktadır. Bu arayışların her birine cevap verecek yeni otel türleri gündeme gelmiştir. Bu yeni otel sınıflandırmaları henüz dünyanın her yerine tam anlamı ile yayılmamış fakat sayıları giderek artmaya başlamıştır. BLLA'e (*Boutique Hotel Lodging Association*) (2013) göre; butik otel tipolojileri 21 ayrı gruptan oluşmaktadır. Bunlar; Butik Otel (*Boutique Hotel*), Yaşam Tarzı Oteli (*Lifestyle Hotel*), Lüks Butik Otel (*Luxury Boutique Hotel*), Trend Otel (*Trendy or Modern Hotels*), Tasarım Otelleri (*Design Hotels*), Süit Oteller (*All Suite Hotels*), Mimari Oteller (*Architectural Hotels*), Artistik Oteller (*Artistic Hotels*), Avantgar Oteller (*Avant-Garde Hotels*), Şehir Otelleri (*City Hotels*), Klasik Oteller (*Classic Hotels*), Klas Oteller (*Classy Hotels*), Konforlu Oteller (*Comfortable Hotels*), Konferans Oteli (*Conference Hotel*), Çağdaş Oteller (*Contemporary Hotels*), Kurumsal Oteller (*Corporate Hotels*), Sayfiye Otelleri (*Country Hotels*), Tasarımcı Otelleri (*Designer Hotels*), Özgün Oteller (*Distinctive Hotels*), Sıra Dışı Oteller (*Extraordinary Hotels*), *Funky Hotels* olarak adlandırılmaktadır. Ayrıca BLLA sınıflandırmasında yer almayan fakat Kültür ve Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine İlişkin Yönetmelik'te yer alan Özel Belgeli Tesislerin de bu grubun arasında yer alması gerekmektedir. Tanımları ile birbirleri arasındaki benzerlikler ve yaygın olarak kullanılma durumu göz önünde bulundurulduğunda bu grupları Butik Oteller, Özel Belgeli Oteller, Yaşam Tarzı Otelleri, Trend veya Modern Oteller, Tasarım Otelleri, Artistik Oteller, Avantgar Oteller, Klâs Oteller ve Sıra Dışı Oteller olarak dokuz başlık altında toplamak yeterli olacaktır.

Butik oteller (Boutique Hotel) BLLA tanımına göre; belirli müşterilere hizmet veren, samimi, genellikle lüks, ilginç ve üst kalite oteldir. Bu tanım, butik oteller için doğru fakat yetersiz bir tanım olarak kalmaktadır. Yatak kapasitesi, kişiye özel hizmet anlayışında mutlaka bulunması gereken özellikler, mekânsal olarak yer alması gereken birimler için detaylı bir tanımlama yer almamaktadır. Kültür ve Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine İlişkin Yönetmelik'in Özel Tesisler Başlıklı yedinci bölümünün 42. maddesinde yer alan *Özel Belgeli Otellerde* genel olarak butik oteller ile aynı özellikleri taşımaktadırlar. Bu tesisleri butik otellerden ayıran niteliklerden biri, Bakanlık tarafından desteklen-

meleri ve Bakanlık onayı ile hizmete açılmalarıdır. Özel belgeli otellerin de butik otellerde olduğu gibi başlıca özellikleri özgün tasarıma ve üstün hizmete sahip olmalarıdır. Bunun yanı sıra bu tesisler, faaliyet gösterdikleri alanda ulusal veya uluslararası en az beş yıllık marka veya ün sahibi olması veya yerel, ulusal, başka uluslara ait kültürleri yansıtmaları özelliklerinden birine sahip olması gerekliliği, bu tesisleri butik otellerden ayıran en belirgin niteliktir. Kültür ve Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine İlişkin Yönetmelik'te Özel Tesisler başlığı altında yer alan butik oteller ve aslında özel belgeli butik oteller olarak da anılan özel belgeli oteller karşılaştırılırsa mekânsal nitelikler ve hizmet nitelikleri açısından aynı tutumu sergiledikleri söylenebilmektedir. Butik otellerin sınıflandırılmayan, belirli kalıba sokulamayan kişiye özel hizmet anlayışları ve özgün tasarım nitelikleri henüz Türkiye'de turizm yönetmeliğinde belirli başlıklar altında toplanmasa da BLLA tarafından ayrı başlıklar altında ele alınmaktadır.

Butik otellerdeki deneyim yaklaşımının ön planda olduğu oteller için Yaşam Tarzı Otelleri (*Lifestyle Hotels*) başlığı kullanılmaktadır. Yaşam elemanlarını ve aktiviteleri, fonksiyonel tasarımları ile birleştiren müşterilerine keşfetme fırsatı tanıyan otel grubu olarak tanımlanmaktadır. Eşsiz tasarım niteliği ön planda tutulan butik oteller için ise *Trend* veya *Modern Oteller (Trendy Hotels)* tanımlaması uygun görülmüştür. Eşsiz tasarımlara sahip bu otellerde, modern teması ve yaşayan atmosfer baz alınarak tasarlanmış ultra lüks restoranları ve göze çarpan mekanları ile müşterisine çok özel deneyimler sunması hedeflenmiştir. Tasarım niteliği için yalnızca modern otel başlığı değil ayrıca *Tasarım Oteli (Design Hotel)* sınıflandırılması da kullanılmaktadır. Bu oteller, mimarisi ile ayırt edici özelliklere sahiptir ve her bir odasının tasarımında, yataktan mobilyaya kadar tüm ürünler titizlik ile seçilmiştir. Tasarım otelleri bireysel fakat çevresel faktörler göz ardı edilmeden tasarlanmıştır. Tasarım otelleri, onları tasarlayan kişilerin özel yetenekleri ile çeşitlilik göstermektedir. Artistik izlenimin, fonksiyonelliğin ve hayal gücünün bir arada harmanlanması ile başarılı bir tasarım oteli meydana gelmektedir. Müşterilerine konakladıkları süre boyunca yalnızca konfor değil, tasarımcısının yaratıcı bakış açısını yansıtan huzurlu bir ortam sürekliliği sağlamaktadır. Özgün tasarımın dışında, butik otellerde bu-

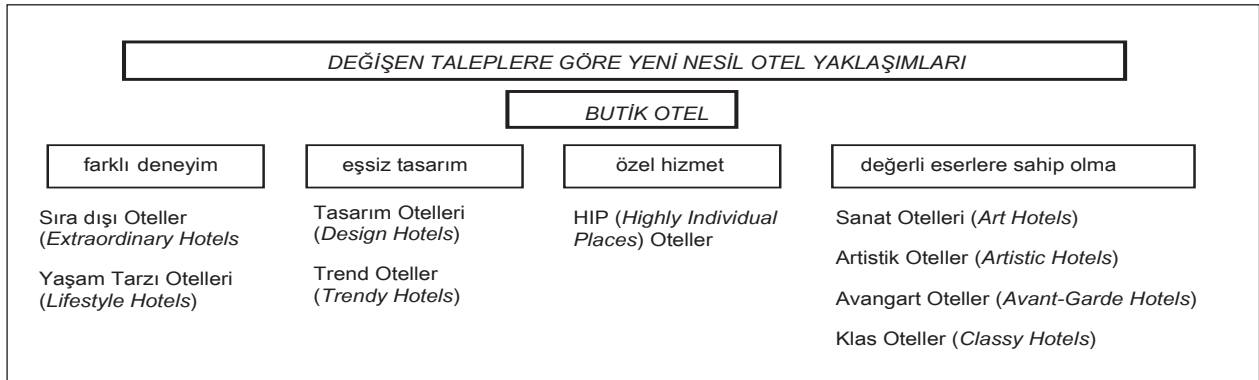
lunması gereken sanat eserlerinin yoğunlukta olduğu, kullanıcılarına sanat müzesi ortamı yaşatan oteller için ise *Artistik Otel (Artistic Hotel)* başlığı yer almaktadır. Artistik oteller en yüksek kalitede ve sanatsal çalışmaları bir arada barındıran konaklama alternatifi olarak gösterilmektedir. Artistik otellerin konaklayıcıları bir modern sanat müzesi ziyaretinin canlandırıcı ve neşelendirici hissiyatını yaşamaktadır. Bu özelleşmiş oteller artistik söylem ile yeniçağın konaklama mekânının karması olarak belirtilmektedir. Artistik otellerin bir örneği olarak gösterilen *Avangart Otel (Avant - Garde Hotel)* ise otel tasarımcılarının bu stil çerçevesinde bir otel odasından olan beklentilerinin sınırlarını aştıkları ve alışılmadık, ilginç, artistik, moda uygun ve eşsiz olarak tasarımların bulunduğu oteller olarak tanımlanmaktadır. Butik otellerde genellikle yer alan lüks hizmet ve lüks objelerin yoğunlukta olduğu oteller *Klâs Otel (ClassyHotels)* olarak ayrı bir sınıflandırmada yer almaktadır. Klâs oteller rafine konaklama deneyimini yaşamak isteyen lüks yolcu kesimine hitap etmektedir. Müşteriler konaklamaları boyunca özel sanat eserlerini, ortamı yaşamayı ve en lüks servis kalitesini beklemektedir. Yalnızca deneyimin ön planda olduğu, farklı deneyim yaşamak adına kimi zaman konfordan bile ödün verilen oteller için Sıra Dışı Otel (Extraordinary Hotel) tanımı kullanılmaktadır. Bu oteller, yolcular için bir varış noktasıdır. Farklı deneyim konusunda bu otellerde limit yoktur. Buz ve diğer düşünülmemeyen malzemelerden inşa edilmiş olabilir, yeraltında ya da bir ağacın üzerinde, okyanusun altında inşa edilmiş olabilir (Bkz. Tablo 5).

BUTİK OTEL YAKLAŞIMI

Butik otellerin ana bileşenleri olarak kişiye özel hizmet anlayışı ve farklı tasarım özellikleri göz önünde bulundurulduğunda, mimari, turizm, endüstriyel tasarım, halkla ilişkiler gibi birçok disiplin ile birlikte ele alınması gerekmektedir. Bu alanlardan yalnızca bir tanesinde bile bir eksiklik olması, butik otel niteliğinin kaybolmasına sebep olmaktadır. Butik otellerin en önemli özelliği ise kullanıcıya kendisini evindeymiş gibi hissettirmesidir. Bu durum kimi zaman otel odalarına evcil bir balık koyularak, kimi zaman ise personelin müşterilerine ismen hitap etmesi ile müşterilere ev ortamının sıcaklığı ve rahatlığı hissettirilmiştir. Zengel'e (2003) göre de mekâna yönelik aidiyet duygularının en üst düzeyde hissettirilebildiği butik oteller, otel ile konutunun bir arakesitini oluşturan yapılar olarak da nitelendirilebilmektedir. Bu tür otel düzenlemelerinde ev ortamına yönelim gözlemlenirken yeni gelişen rezidans olarak tabir edilen konutlarda otel rahatlığına değinilmektedir.

Günümüz konutlarında artık resepsiyonlar, oda hizmeti (*housekeeping*), ütü gibi otel hizmetleri eklenmeye başlamıştır. Hatta yüzme havuzu, spor salonu (*fitness*), sinema gibi sosyal aktivitelerin de konutların arasına eklenmesi otel ve konut kavramı arasındaki sınırı kaldırmıştır. Öyle ki artık rezidanslarda oturlan evler kişilerin seyahatleri süresince dilerler ise farklı kişilere mobilyaları ile birlikte kiralanabilir hale gelmiştir. Bu yaşam tarzında zaten 5 yıldızlı otel standartlarında konutlara sahip olan kişiler beş yıldızlı zincir otel yerine farklı nitelikleri barındıran butik otellere yönelmiş-

Tablo 5. Yeni Nesil Otel Yaklaşımları



Kaynak: Aykol 2013.

tir. Konut sisteminin ölçek olarak da büyümesi konutları otelleştirmiş, kullanıcı ev sıcaklığını ve ev ölçeğini butik otellerde aramaya başlamıştır. Sadece alışveriş merkezleri gibi kamusal mekânlar değil, konutlar da artık karma kullanımlı merkezler haline gelmiştir. Yüksek gelir grubunun simgesi haline gelen rezidanslarda spor salonları, yüzme havuzları, alışveriş merkezleri, sinema salonları gibi ekstra aktivite alanları türemektedir.

Günden güne otel ve konut kavramı iç içe girmeye başlamıştır. Konutlarda otel hizmeti arayışı artarken, otellerde de ev konforu aranmaktadır. Giderek otel ve konut arasındaki sınır yok olmaya başlamaktadır. Bu durumun en büyük etkeni artık konsept projelerin bina olarak değil de işletme ya da yaşam tarzı olarak satılmasıdır. "Plaza" ofisler, "kapalı site yerleşmeleri", "mall" çarşılar, "boutique" oteller bu duruma örnek olarak verilebilmektedir. Mekânsal kalite her dönemde kullanıcı için önemli bir faktör olurken, günümüzde mekânsal kalite bir zorunluluk haline gelmiş ve tek başına yetersiz kalmaya başlamıştır. Buna ek olarak yatırımcılar ultra lüks sitelerde kaliteli malzeme seçimleri ve şıklığın yanı sıra projelere bir yaşam tarzı eklemiştirler. Rezidanslarda, sitelerde her türlü sosyal aktiviteye yer verilmiş, kısıtlı zamana sahip müşterisine hayatı kolaylaştıran bir alternatif olmuştur. Tüm bu hizmetlerin özünde yine ev konforu, evindeymiş gibi hissetme anlayışı yatmaktadır. Kullanıcı hem kendi ev konforunu yaşamak, hem de beş yıldızlı otel hizmetini hem yaşadığı konutta hem de seyahat süresince konakladığı mekânda sürdürmek istemektedir. Butik oteller de bu durumda iyi bir alternatif haline gelmektedir. Buradaki çelişki beş yıldızlı otel kompleksleri standartlarına sahip konutlarda yaşayan kesimin ev konforu adı altında küçük ölçekteki konaklama yapısını tercih etmesidir. Değişen yaşam şartları aslında ev konforu anlayışını da etkilemektedir. Bu durumda büyük ölçekli karma kullanımlı yapılarda ev sıcaklığı hissiyatının verilmediğini söylemek yanlış olmayacaktır. Yanı sıra küçük ölçekte ev konforunu sunmayı hedefleyen butik otellerde deneyim söz konusu olduğunda, farklılıkta sınır tanınmamaktadır. Hapishane konseptli ya da okul konseptli bir butik otelde konaklamak müşterisine kendisini ne kadar evindeymiş gibi hissettirebilir? Bu durumda farklı deneyim sunmayı hedefleyen butik otellere ayrı bir sınıflandırma getirmek ara-kesitte çelişkileri minimuma indirecektir.

Bir diğer çelişki olarak butik otellerde zincirleşme ele alınabilir. Beş yıldızlı zincir otel konforuna sahip olan fakat niteliksel açıdan beş yıldızlı otellere nazaran daha fazla özen gerektiren butik oteller de giderek zincir otel olmaya başlamaktadır. Bu durum butik otelin tanımlamasına zıt bir yaklaşım olmasına rağmen zincir butik otellerin sayısı günden güne artmaya devam etmektedir. Zincir butik otellerin en bilinen örneği olarak W Otelleri gösterilebilir. Çoğu zaman beş yıldızlı otellerden daha yüksek ücretlerle hizmet veren butik otellerdeki lüks derecesi üst seviyededir. Farklı deneyimler sunmak söz konusu olduğunda ise butik otellerde deneyimi yaşatmak adına konfordan, teknolojiye uzak olan örneklerine rastlamak mümkündür. Elektrik kullanılmayan, dışarıdan deodorant, plastik gibi maddelerin içeriye sokulmasına izin verilmeyen veya yatak yerine tabut kullanılan fakat yine de yüksek ücretler karşılığında lüks ve konfor yerine deneyim satın alınan butik otel örnekleri kendilerine ait tanımlamalar ile çelişmektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Butik oteller özel konaklama yapıları olarak değerlendirildiği için yıldızlı otellerdeki gibi belirli standartlara sahip değildir. Beş yıldızlı otel niteliklerinde olduğu gibi daha sayısal ve kesin ifadeler yoktur. Konfor, özel tasarım, özel hizmet, deneyim gibi daha genel nitelikleri barındırması gerekmektedir. Zaten eşsiz olma durumu, özel hizmet anlayışı gibi bileşenleri nedeni ile butik otellere net bir tanımlama getirmek mümkün olmayacaktır.

Hem ev gibi otel mantığını benimsemiş hem de hayalî deneyimler sağlama çabası çelişkinin en gözle görülür örneğini oluşturmaktadır. Tatil köylerinin sahte kimliklerine karşın özgün tasarımları ile ön planda olmayı hedeflemiş butik oteller, yine deneyim uğruna konaklama yapısını bir sahneye çevirmekten de geri kalmamaktadırlar. Baum'a (1996) göre de yaşam tarzındaki değişiklikler turizm ürünleri ve hizmet alanında daha yüksek kalite talep edilmeye başlanmıştır ve bireysel ilgi alanları, ihtiyaçlar göz önünde bulundurularak daha esnek programların beklentisi doğmaktadır. Bu esnek programların beraberinde net bir tanımı olmayan butik oteller kendi içlerinde giderek dağılacak, bu yapılar içinde çok büyük farklılıklar ortaya çıkabilecektir. Butik oteller de çelişkileri devre dışı bırakmak adına kendi içlerinde sınıflandırılmaya

başlanmaktadır. Bu yaklaşım ile giderek yaygınlaşan ve aynı oranda esnek tutumlar sergileyen butik oteller kendi içlerinde sınıflandırılarak müşterisinin özel ilgi alanına göre butik otelini seçmesinde yardımcı olacaktır. Bu bağlamda butik otel özeline geliştirilecek çalışmaların yeni nesil otel tipolojilerine yönelmesi daha doğru olacaktır. Sınıflandırmalar tam olarak belirlenmedikçe butik oteller üzerindeki çelişkinin giderilmesi mümkün olmayacaktır. Esnek fakat birbiri ile çelişmeyen nitelikler belirlenmesi gerekmektedir. Günümüz yaşam şartlarına göre adaptasyon sağlayan yeni nesil otel yaklaşımları şüphesiz ki yeni sınıflandırmalar ile desteklenecektir.

Genel olarak butik anlayışı tek bir başlık altında toparlanmaya çalışılmıştır. Bu çalışma ile bugüne kadar mekânsal özellikleri veya hizmet anlayışı ile ele alınmış olan butik otellerin kendi içerisindeki çelişkilerine dikkat çekilmeye çalışılmıştır. Butik otel tanımı ise mimarlık ve turizm başta olmak üzere farklı disiplinlerden farklı kişilerin bir araya gelmesi ile nitelikleri her yönüyle ele alınıp daha net bir başlık altında toplanmalı ve bir bilgilendirme kitapçığı yayınlanmalıdır. Günümüz yaşam tarzının iyi bir alternatifi olan butik otel, popülerliği fırsat bilinenek getirim aracı olarak kullanılmaya çok müsait olduğundan bu durumun önüne geçmek için tanımlamaların netleştirilmesinin yanı sıra Turizm Bakanlığı tarafından yapılan belgelendirilmelerin ve bunun takibinin daha sıkı bir biçimde yapılması gerekmektedir. Bu çalışma ile otellerin denetlenmesi ve belgelendirilmesinde daha kesin ve tutarlı sonuçlar ortaya konabilecektir. Dolayısıyla kullanıcılar da butik otelleri tercih ettiklerinde doğru izlenimlere sahip olacak ve pansiyondan bozma küçük ölçekli konaklama birimlerinde "butik" sıfatı ile maddi ve manevi olarak kandırılmayacaktır.

KAYNAKÇA

- Aggett, M. (2007). What Has Influenced Growth in the UK's Boutique Hotel Sector?, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19 (2): 169-177.
- Albazzaz, A., Birnbaum, B., Brachfeld, D., Danilov, D., Kets de Vries, O. ve Moed, J. (2003). *Lifestyles of the Rich and Almost Famous: The Boutique Hotel Phenomenon in the United States, High Tech Entrepreneurship and Strategy Group Project*, Insead Business School, Fontainebleau.
- Altun-Doğaner, S. (2005). Turizm Mimarlığında Değişim ve Temalı Oteller, *Mimarist*, 17: 60-67.
- Anhar, L. (2008). The Definition of Boutique Hotels, HVS International, <http://www.hospitalitynet.org/news/4010409.html>, Erişim tarihi: 9 Mart 2014.
- Aykol, E. (2013). "Butik Otellerde Mekân Çözümleri ve Tasarımsal Yaklaşımlar" Konulu, Architectural Seminar Workshop 2 Dersi için Hazırlanan *Yayımlanmamış Çalışma Raporu*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Aytaç, Ö. (2006). Tüketimcilik ve Metalaşma Kısacasında Boş Zaman, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (1): 27-53.
- Balekçikan, C. ve Sarheim, L. (2011). Boutique Hotel Segment: The Challenge of Standing out from the Crowd. HVS, <http://www.hvs.com/Content/3171.pdf>, Erişim tarihi: 9 Mart 2014.
- Baum, T. (1996). Images of Tourism Past and Present, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8 (4): 25-30
- Beneton, P. (1991). *Toplumsal Sınıflar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- BLLA / Botique Hotel Lodging Association (2013). <http://www.blla.org/lifestyle-hotels.htm>, Erişim tarihi: 10 Aralık 2013.
- Can, Ş. (2007). Ürgüp'teki Geleneksel Konutların 'Butik Otel' Olarak Kullanılmasının Değerlendirilmesi (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi Mimarlık ve Mühendislik Fakültesi.
- Caterer Search (2005), "Market Snapshot: Boutique Hotels", Caterer&Hotelkeeper, <http://www.catererandhotelkeeper.co.uk/Articles/03.06.2005.300719/Market-snapshot-Boutique-hotels.html>, Erişim tarihi: 9 Mart 2014.
- Çelik, E. (2010). Butik Otellerin Alaçatı Örnekleri Üzerine Analizi (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Konya: Selçuk Üniversitesi Mimarlık ve Mühendislik Fakültesi.
- Doğaner, S. (2013). *Vitra Çağdaş Mimarlık Dizisi 2 – Turizm ve Rekreasyon Yapıları*. İstanbul: VÇMD.
- Douglas, M. (1991). The Idea of a Home: A Kind of Space, *Social Research*, 58 (1): 287-307.
- Elçin, N. (2007). Popüler Kültür-Mimarlık İlişkisinin Turizm Yapıları Üzerinde İncelenmesi (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Erkutlu, H. ve Chafra, C. (2006). Relationship Between Leadership Power Bases and Job Stress of Subordinates: Example from Boutique Hotels, *Management Research News*, 29 (5): 285-297.
- Freund de Klumbis, D. ve Munsters, W. (2004). *Seeking the Ultimate Hotel Experience* ESADE Escuela Universitaria de Turismo Sant Ignasi.
- Forsgren, S. ve Franchetti, C. (2004). The Marketing Role of Unique Concepts for Hotels in Sweden (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Göteborg: Göteborg University Graduate Business School.
- Geyik, S. (2010). Butik Otellerin Web Sayfalarının İçerik Analiziyle Değerlendirilmesi: Karşılaştırmalı Bir Araştırma (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Balıkesir: Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Harvey, D. (1997). *Postmodernliğin Durumu*. Çev. S. Savran. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Henderson, J. C. (2011). Hip Heritage: The Boutique Hotel Business in Singapore, *Tourism and Hospitality Research*, (11): 217-223.

- <http://www.newsweek.com/it-sure-isnt-motel-6-114323>, Erişim tarihi: 11 Aralık 2013.
- <http://www.catererandhotelkeeper.co.uk/articles/25.5.2005.300719/market-snapshot-boutique-hotels.htm>, Erişim tarihi: 11 Aralık 2013.
- İnceoğlu, M. ve İnceoğlu, N. (2013). Otel Tasarımında Yeni Eğilimler, *Arredamento Mimarlık*, 3: 61-71.
- Karasakaloğlu, D. (2011). Bir Yok-Mekân Olarak Temalı Otellerde Yön Bulma ve Kaybolma Algılarının İncelenmesi: Antalya-Kundu Bölgesi Otel Örnekleri (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Mimarlık ve Mühendislik Fakültesi.
- Kayın, E. (2000). *İzmir Oteller Tarihi*. İzmir: İzmir Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayını.
- Lim, W. ve Endean, M. (2009). Elucidating the Aesthetic and Operational Characteristics of UK Boutique Hotels, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21 (1): 38-51.
- McDonnel Covelli, J. (2005). Boutique Hotels are Getting New Interest, Business First of Buffalo, <http://www.bizjournals.com/buffalo/stories/2005.01.31/focus4.html>, Erişim tarihi: 9 Mart 2014.
- Merriam Webster Sözlüğü (2014). <http://www.merriam-webster.com/dictionary/boutique>, Erişim tarihi: 8 Aralık 2012.
- Nobles, H. ve Thompson, C (2001). What is a Boutique Hotel?, Hotel Online Special Report. http://www.hotel-online.com/News/PR2001_4th/Oct01_BoutiqueAttributes.html, Erişim tarihi: 9 Mart 2014.
- Olga, A. (2009). The Alternative Hotel Market, *16th International Conferance on Management Science and Engineering*, Moskova, Rusya.
- Özüdoğru, Ş. (2013). Modern Sanat Akımları ve Moda, *İdil Der-gisi* (6): 211-235.
- Paton, N. (2005). Market Snaphot: Boutique Hotels, <http://www.catererandhotelkeeper.co.uk/Articles/03.06.2005.300719/Market-snapshot-Boutique-hotels.html>, Erişim tarihi: 9 Mart 2014.
- Pehlivanoğlu, B. (2011). HIP Hotels (Kendine Özgü Mekânlar / Highly individual Places) Olarak Tanımlanan Konaklama Mekânlarının Analizi, *Tasarım + Kuram*, 11-12: 83-97.
- Rowe, M. (2003). Defining Boutique Chic, *Lodging Hospitality*, (13): 34-37.
- Tanyeli, U. (2013). Oteller Dün, Bugün, *Arredamento Mimarlık*, 3: 60-61.
- Tanyeli, U. (2004). Kitle Turizmi ve “Yok-Mekân” Mimarlığı, *Arredamento Mimarlık*, 7: 74-77.
- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine İlişkin Yönetmelik (2005). <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14518/turizm-tesislerinin-belgelendirilmesine-ve-niteliklerin-.html>, Erişim tarihi: 10 Aralık 2013.
- Türk Dil Kurumu (2014). <http://tdkterim.gov.tr/bts/>, Erişim tarihi: 8 Aralık 2013.
- Uzun, İ. (2011). *Prof. Dr Gürhan Tümer’e Armağan Mimarlığın Çeşitlerinde / Mekânın İçinde Kuram, Eylem ve Söylem*. İzmir: Mimarlar Odası İzmir Şubesi Yayınları.
- Victorino, L., Verna, R., Plaschka, G. ve Dev, C. (2005). Service Innovation and Customer Choices in the Hospitality Industry, *Managing Service Quality*, 15 (6): 555-576.
- Weaver, A. (2009). Tourism and Aesthetic Design: Enchantment, Style and Commerce, *Journal of Tourism and Cultural Change*, 7 (3): 179-189.
- Wheeler, D. (2006). Understanding the Value of Boutique Hotels (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*) Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology Department of Architecture.
- Yenal, Z. (2013). *Vitra Çağdaş Mimarlık Dizisi 2 – Turizm ve Rekreasyon Yapıları*. İstanbul: VÇMD.
- Zengel, R. (2003). Yerel ile Küresel Arasında Butik Otel / Tatil Köyü İnkilemi, *Arredamento Mimarlık*, 161 (9): 100-105
- 25852 Sayılı, 21.06.2005 Tarihli Resmi Gazete’de Yayımlanan “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’in” 43. Maddesi.

Yavaş Şehir Olgusunun Kentsel Yaşam Kalitesi Üzerindeki Algılanan Etkisi

The Influence of Slow City (Cittaslow) on the Perceived Urban Quality of Life

Yeşim COŞAR*

* Yrd. Doç. Dr., Fevziye Hepkon Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dokuz Eylül Üniversitesi, P.K. 35460, Seferihisar – İzmir.

E-posta: yesim.cosar@deu.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 9 Ağustos 2013

Birinci değerlendirme: 22 Ekim 2013

İkinci değerlendirme: 9 Aralık 2013

Kabul: 10 Aralık 2013

Anahtar sözcükler:

Yavaş şehir, Cittaslow,

Sürdürülebilir turizm,

Yaşam kalitesi, Yerel halk, Seferihisar.

ÖZ

1990'lı yıllarda ortaya atılan ve son yıllarda Türkiye'de de kendisinden söz ettirmeye başlayan yavaş şehir ölçütleri incelendiğinde, kentsel yaşam kalitesi ve sürdürülebilirlik olgusu ile örtüşen amaçları hedeflemekte olduğu görülmektedir. Bu çalışmanın temel amacı da sürdürülebilir turizm kapsamında yavaş şehir olgusunun kentsel yaşam kalitesi üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Çalışmada öncelikle yaşam kalitesinin anlamı ve içeriği hakkında bilgi verilmektedir. Sonrasında ise yavaş şehir olmanın sonuçlarının yerel halkın kentsel yaşam kalitesi algısı üzerine etkileri incelenmekte ve ilgili araştırma sonuçlarının tartışılması ile çalışma son bulmaktadır. Araştırma, 2012 yılı yaz aylarında İzmir ili Seferihisar ilçesinde bulunan yerel halk, işletme sahipleri ve belediye başkanı ile yürütülmüştür.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 9 August 2013

Resubmitted: 22 October 2013

Resubmitted: 9 December 2013

Accepted: 10 December 2013

Key words:

Slow city, Cittaslow, Sustainable tourism, Quality of life, Local people, Seferihisar.

ABSTRACT

Once the criteria of slow city has been examined, created in the 1990s and expanded into Turkey over the past few years, one can observe that it has almost similar objectives with those subjects as the urban quality of life and sustainability. In this respect, the purpose of this study is to investigate the perceived influence of slow city on the urban quality of life in lights of sustainable tourism. The study first provides the basic information about the meaning and context of quality of life and then continues with the discussion of research findings based on the analysis of qualitative data, namely interviews. The empirical study was carried out among a selected list of local residents and business operators as well as the mayor in Seferihisar, İzmir in the summer of 2012.

GİRİŞ

Turizm, son yıllardaki önemli gelişmeler sonucunda, başlı başına bir araştırma konusu olmakla birlikte, endüstri anlamında diğer birçok sektör (inşaat, sağlık, mühendislik, ziraat vb.) ve araştırma alanı (tıp, eğitim, iktisat, sosyoloji, psikoloji vb.) ile doğrudan ya da dolaylı bir etkileşime sahiptir (Kozak, Kozak ve Kozak 2013). Diğer yandan ise turizm endüstrisinin oluşumunda ekonomik, doğal, siyasal ve kültürel unsurlar en önemli rolü üstlenmektedir (Fletcher, Fyall, Gilbert ve Wanhill 2013). Bu tür unsurlar, bir yandan turizm ürünü açısından temel çekicilikleri oluştururken, diğer taraftan

da turizm endüstrisindeki gelişmeye bağlı olarak bir bölge üzerinde olumlu ya da olumsuz etkiye sahip olabilmektedir (Olalı ve Timur 1985; Çetin 2009). Kültürel unsurlar arasında yer alan yerel halk ise turistler ile etkileşimlerine bağlı olarak, turizm endüstrisi için ayrıca önemlidir. Yapılan araştırmalarda, yerel halkın turizm endüstrisi ile ilgili olarak farklı özelliklerde algılamalara sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır (bakınız Liu ve Var 1986; Doğan 1989; Ap 1992).

Bu kapsamda ele alınması gereken konulardan biri de yerel halkın yaşam kalitesi konusundaki algısının ölçülmesidir. Geçmiş yıllarda tamamlanan

araştırma sonuçları, yavaş şehir olgusunun, özellikle o bölgede yaşam sürmekte olan yerel halkın kentsel yaşam kalitesi algısı üzerinde etkili olabileceği konusunda bazı ipuçları vermektedir (Uslu 2009; Doğutürk 2010; Ekşioğlu 2011). Yavaş şehir ölçütleri incelendiğinde, çevrenin önemli bir yer tuttuğunu, hatta ilk ana başlığı çevre politikalarının oluşturduğu görülmektedir. Bu bağlamda, hava, su ve toprak kalitesinin önemsenmesi, çevreye uyumlu yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının teşvik edilmesi, evsel ve endüstriyel atıkların geri dönüşümünün desteklenmesi ve yaygınlaşması, yavaş şehir olmanın öncelikleri arasında bulunmaktadır (Keskin 2010; Fullagar, Wilson ve Markwell 2012).

Sürdürülebilir şehir fikir ve uygulamalarının temelinde; dünya genelinde yaşanan sorunların çözümü için; şehir odaklı çözümün bulunması ve şehirlerin başka sistemler ile ilişkili bir sistem olduğu konusu yatmaktadır (Bramwell ve Sharman 2006). Yavaş şehir yaklaşımı da sürdürülebilir şehir yaklaşımından biri olarak tanımlanabilir. Sürdürülebilir şehir yaklaşımının temelinde, yaşam ortamı olarak şehirlerin daha yaşanabilir ve sağlıklı yerler olmasının sağlanması, yerel ölçekte atılan adımlar ile küresel ölçekte sürdürülebilirliğin sağlanması hedefi güdülmektedir (Knox 2005; Uslu 2009).

Benzer bir amaçla, 28 Kasım 2009 tarihinden itibaren Türkiye ile tanışan yavaş şehir olgusuna, ilk önce İzmir'e bağlı Seferihisar ilçesi sahip olmuştur. İlerleyen yıllarda, yavaş şehir hareketinin Türkiye'de yaygınlaşması için, 2010 yılında Akya (Muğla), Yenipazar (Aydın), Gökçeada (Çanakkale) ve Taraklı (Sakarya) kentleri, yavaş şehir olmak için çalışmalara başlamıştır. 24 Haziran 2011 tarihinde Polonya'da düzenlenen Yavaş Şehir Uluslararası Kongresi'nde ilan edilen kentlerle birlikte Türkiye'deki yavaş şehir sayısı beş olmuş ve Türkiye'de Yavaş Şehir Ulusal Ağı kurulmuştur (<http://www.cittaslowturkiye.org/cittaslow-turkiye.html>). 2013 yılı itibarıyla Türkiye'de, Akya (Muğla), Gökçeada (Çanakkale), Halfeti (Şanlıurfa), Perşembe (Ordu), Seferihisar (İzmir), Vize (Kırklareli), Yalvaç (Isparta), Yenipazar (Aydın) ve Taraklı (Sakarya) olmak üzere dokuz adet yavaş şehir bulunmaktadır.

Yavaş şehir sayısındaki bu tür bir artışla birlikte, konuyla ilgili Türkiye'de son yıllarda çeşitli içerikte yürütülen yayın sayısında da artış gözlenmektedir.

Örneğin; Yurtseven ve Kaya (2011), Seferihisar'da tamamlamış olduğu bir çalışmada, yavaş şehir çekiciliği ile ziyaretçi tipi arasında doğrusal bir ilişki kurmaktadır. Özdemir (2012), kırsal turizm kapsamında yavaş şehir olgusunun kırsal kalkınma üzerinde oynayabileceği önem üzerinde durmaktadır. Yavaş şehir olgusuna koruma ve planlama penceresinden yaklaşan yazarlara rastlamak da mümkündür (Bilgi 2013). Her ne kadar ampirik olarak desteklenmemiş olsa da yavaş şehir olgusunu, turizm kapsamında destinasyon markası yaratma açısından ele alan çalışmaların varlığı da bilinmektedir (Karabağ, Yücel ve İnal 2012).

Son yıllarda çevresel sorunların artması, doğal çevrede oluşan tahribat ile yaşanabilir ve yaşayabilir alanlar oluşturulması adına kentlerde sürdürülebilirlik kavramı ile ilişkili bazı ölçütler ile yaşam kalitesinin artırılması hedeflenmektedir (Bilgi 2013). Yavaş şehir ölçütlerine bakıldığında, kentsel yaşam kalitesi ve sürdürülebilirlik olgusu ile örtüşen amaçları hedeflemekte olduğu; ancak turizm yazınında bu anlamda yürütülen araştırmaların nitelik ve nicelik olarak yeterli olmadığı görülmektedir. Bu çalışmada da yavaş şehir olgusu ile yaşam kalitesi arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla, öncelikle yaşam kalitesinin anlamı ve içeriği hakkında bilgi verilmekte; sonrasında ise yavaş şehir ve kentsel yaşam kalitesi algısı arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırma sonuçlarına yer verilmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Yaşam kalitesi kavramı, modern yaşamın gelişmesi ve toplumların çağdaşlaşması ile birlikte gündeme gelen ve gelişen bir kavramdır (Marans 2007). Yaşam kalitesi en geniş tanımıyla; gerek birey gerekse toplumsal açıdan yaşamın genel durumunu ifade etmektedir. Felsefe, sağlık, kentsel yaşam, sosyoloji vb. gibi birçok alan ile ilişkisinden dolayı, yaşam kalitesi farklı tanımlara sahiptir (Neal, Uysal ve Sirgy 2007; Sapançalı 2009).

Von Kamp ve arkadaşları (2003) yaşam kalitesi, çevrenin ölçülebilir mekânsal, fiziksel ve sosyal bileşenleri ve bu bileşenlerin algılanma biçimlerini bir arada ele alan ve buna göre, bireylerin algılamalarını sadece nesnel özellikleri ile değil, öznel özellikleri ile değerlendirdiği bir yaklaşımla ele almaktadırlar. Szalai (1980), yaşam kalitesini, bireyin varoluş hali, refahı ve yaşam doyumu ile iliş-

kilendirmekte ve yaşam kalitesinin, objektif gerçek etmenler ile bireysel algı ve değerlendirmelere dayalı öznel etmenler ile şekillendiğini belirtmektedir (Marans 2007). Campbell'e göre (1976) yaşam kalitesi, yaşamın tamamından elde edilen deneyim sonucu ortaya çıkan ve bunun sonucunda kişinin yaşamında kendisini öznel olarak iyi hissetmesi hali olarak tanımlanmaktadır.

Veenhoven'a (2000) göre, kişinin yaşam kalitesi dört boyutlu bir yaklaşım ile ölçülebilir. Buna göre birinci olarak kişinin çevresinin yaşanabilirliği dikkate alınmaktadır. Kişinin doğal çevresi, konut, sağlık, güvenlik, ekonomik durum gibi yaşam kalitesi bileşenleri kişinin çevresinin yaşanabilirliğini ortaya koymaktadır. İkinci olarak, kişinin yaşam kabiliyeti dikkate alınmaktadır. Yaşam kabiliyeti, kişinin fiziksel ve ruhsal durumu, bilgi ve yetenekleri gibi özellikleri içermektedir. Üçüncü olarak, kişinin yaşam yararı, iyi bir vatandaş olma durumu, sağlıklı sosyal ilişkiler gibi özellikler dikkate alınmaktadır. Dördüncü ve son olarak ise kişinin yaşamının değerini bilmesi dikkate alınmaktadır. Dört noktanın tamamından kişi memnun ise kişinin yaşam kalitesi yüksektir sonucu çıkmaktadır. Bu dört noktanın bir tanesinde bile sorun olsa, kişinin yaşam kalitesini olumsuz etkilemektedir (Kabadayı 2006).

Yaşam kalitesi kavramının bugün bütün çağdaş toplumların hedefi haline geldiği görülmektedir. 1960'lı yıllardan sonra Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkan yaşam kalitesi yaklaşımı, 1990'lı yıllardan sonra Avrupa Sosyal Modeli'nin tamamlayıcısı haline gelmiştir. Bugün Avrupa Birliği'nin sosyal politikaya ilişkin temel hedefi "yaşam koşullarının iyileştirilmesi ile birlikte Avrupa toplumunun yaşam kalitesini yükseltme" olarak tanımlanabilir. İnsanlar için kaliteli bir yaşam sürme modern dünyada bir hedef değil, herkes için bir hak, politikacılar ve yöneticiler için ise sağlanması zorunlu bir durumdur. Herkes için yaşam kalitesi hakkı, sağlık, eğitim, konut, güvenlik, çevre, toplumsal ve siyasal yaşama katılım ve güven içinde onurlu yaşamaya dair geniş bir anlam içermektedir. Yaşam kalitesine ilişkin bu hakların her biri önemlidir. Bu haklar, bir bütünlük içerisinde sağlanmalıdır. Bu hakların bir tanesinin dahi yetersiz olması durumunda, kişi ya da kişilerin yaşam kalitesi olumsuz etkilenmektedir (Sapancalı 2009).

Kentsel Yaşam Kalitesi

Dünyada hızla artan kentleşme ile birlikte insanların önemli bir bölümü kentlerde yaşamaya başlamıştır. Bu durum şehirlerdeki yaşam kalitesini küreselleşmenin güncel sorunlarından biri haline getirmektedir (Marans 2007). Benzer bir gelişme, son 50 yıllık dönemde Türkiye'de de yaşanmaktadır. 2012 yılı verilerine göre Türkiye'de toplam nüfusun %77,3 lük kısmı kentsel alanlarda (il ve ilçe merkezleri), geriye kalan kısmı ise kırsal alanlarda yaşamaktadır (TUİK 2013). Yaşam kalitesi üzerine yapılan araştırma ve çalışmaların çokluğu ve hızla artan kentleşme olgusu, kent ve yaşam kalitesi kavramlarını bir araya getirmektedir. 1960'lı yıllardan bu yana yaşam koşulları olarak kullanılan birçok konuyu içeren yaşam kalitesi kavramı, 1990'lı yıllardan itibaren farklı alanlardaki bilim insanlarının üzerinde çalıştığı ve araştırma yaptığı bir kavram olmuştur. Kentsel yaşam kalitesi, kentlinin gereksinimi olan hizmetin ve tüm koşulların arz ve talebi arasındaki oran olarak açıklanabilir (Yıldız 2007).

Kentsel yaşam kalitesi dar anlamıyla, toplumsal, ekonomik ve mekânsal ögeler açısından kent tanımına giren yerlerde, kentsel altyapı, ulaşım, iletişim, konut, hava kirliliği, güvenlik, çevre temizliği gibi olanakların, çeşitli kuruluşlar tarafından önceden belirlenmiş standartları sağlaması ya da önceden belirlenen standartların üzerinde çıkması durumudur (Geray 1998). Geniş anlamıyla kentsel yaşam kalitesi ise toplumsal, kültürel ve siyasal süreci de içermektedir. Buna göre kentin, belirli hizmetleri belirli standartta sunmasından öte, sunulan hizmetlerden bütün kent sakinlerinin, eşit, dengeli gereksinimleri oranında yararlanması sağlanmalıdır. Bunun yanı sıra, kent sakinlerinin kente ilişkin karar alma süreçlerine, kültürel ve toplumsal etkinliklere katılma olanaklarının da sağlanmış olması gerekmektedir (Geray 1998).

Kentsel yaşam kalitesi, hizmetin bütün kent sakinlerine, önceden belirlenmiş standartta sağlanmasının ötesinde kentli haklarında sakinlere sağlanmış olması ile ilgilidir. Temel insan hak ve özgürlükleri ile birlikte dayanışma hakları arasında sayılan çevre hakkı, kentli hakkı, çağdaş ve yaşanabilir planlı bir çevre kentsel yaşam kalitesinin temel göstergeleri arasında sayılabilmektedir (Kabadayı 2006; Yıldız 2007). Kent yönetimi; bu alanlarda yapacağı çalışmalarda, evrensel standart ile sakinlerin öznel durumunun ortaya çıkardığı öncelikleri

dikkate alınmalıdır (Koçak 2008). Son 25 yılda kentsel yaşam kalitesinin ölçülmesi konusunda ölçüt ve göstergelerin oluşturulması için önemli çalışmalar yapılmıştır. Yapılan çalışmalar sonucu ortaya farklı göstergeler çıksa da bu göstergeler genel olarak; açık ve kapalı mekân standardı (çevre temizliği, yeşil alan, doğal çevre niteliği vb), vatandaşların refahı (gelir düzeyi, gelir dağılımı, satın alma gücü, işsizlik, güvenlik vb), hizmet çeşitliliği ve kalitesi (eğitim, sağlık, eğlence, ulaşım vb) konularını içermektedir (Yıldız 2007).

Yavaş Şehir - Yerel Halkın Yaşam Kalitesi

Yavaş şehir kavramı, daha çok o şehirde yaşam süren yerel halkın, doğası ve kültürü bozulmamış bir ortamda, çevre kirliliğinden uzak bir şekilde günlük yaşamını belirli bir konfor içerisinde devam ettirmesini mümkün kılmak için günümüz modern şehir kavramına alternatif olarak ortaya atılmış bir kavramdır (Mayer ve Knox 2006). Günümüzün metropol şehirlerinde iş yaşantısının beraberinde getirdiği kısıtlı zaman, çıkılan ve gidilen mekan arasında harcanan ek bir dilim ile daha da kısalmakta, verilen sözlerin yerine getirilmesi insanlar üzerinde baskı yaratmakta, bir yerden başka bir yere ulaşım çevre ve gürültü kirliliği yaratmaktadır (Bilgi 2013). Bütün bunların sonucunda, stres gibi ortak bir paydada buluşan metropol insanları ortaya çıkmaktadır.

Diğer taraftan, sanayi üretiminin olmadığı ya da yoğun olmadığı, teknolojinin sadece temel gereksinimler için kullanıldığı, doğasını ve kültürel kimliğini korumayı başarabilmiş bir yerleşim düşünülebilir (Eceral ve Özmen 2009). Bu tür bir şehirde, yaşam koşuşturma içinde geçmemekte, büyük alışveriş merkezleri yerine küçük dükkân ya da mini marketlerden alışveriş yapılmakta ve hatta semt pazarından doğal ürünler rahatlıkla satın alınarak restoran ya da evlerde tüketilebilmektedir. Gürültü kirliliği, trafikte beklerken kaybedilen zaman sonucunda ortaya çıkan stres, şehir merkezinde ya da etrafında görselliği rahatsız eden bir yapılaşma gibi olumsuzluklara rastlamak mümkün olmayabilir. İşte bunlar, üretim yerine dünyanın kaynaklarını hızlı bir şekilde tüketime, koruma yerine kullanmayı teşvik eden metropol şehirlere alternatif olarak ortaya atılan yavaş şehirlerdir (Bilgi 2013).

Yavaş şehir tüzüğüne bakıldığında, yavaş şehir üyesi olan yerleşimlerde bulunması gereken ya

da üyelerin taşımakla sorumlu oldukları şartların sürdürülebilirlik ile uyumlu olduğu görülecektir (Ergüven 2011). Yavaş şehir akımının önemseddiği ilkeler; geri kazanım ve geri dönüşüm tekniklerine değer verilmesi, bölgenin dokusunun karakteristik özelliğinin korunması ve geliştirilmesine yönelik uygulanan bir çevre politikası; bölgede oturmak için değil ona değer verildiği için, onu bozmayan fonksiyonel olarak uygulanan bir altyapı politikası; çevrenin ve şehir dokusunun kalitesini arttırmaya yönelik teknoloji kullanımı, genetiği değiştirilmiş gıdalar yerine doğal teknikler ile elde edilen ve doğaya uyumlu gıda maddelerinin üretim ve tüketiminin sağlanmasıdır (Mutdoğan 2010).

Metropol yaşamı ile yavaş şehir yaşamı aralarındaki bu temel farklılık, sürdürülebilirlik anlamında yerel halkın yaşam kalitesinin devamlılığını gösterecektir. Sahip olunan doğal, kültürel ve ekonomik kaynakları; sadece günümüz insanı ya da turistinin temel gereksinimi için söz konusu değildir (Mutdoğan 2010; Kozak 2013). Aksine, ilerleyen yıllarda da benzer bir yaşama sahip olmayı hayal eden gelecek kuşakların beklentilerini de karşılayacak şekilde yaşam standardının koruma altına alınmasını hedefleyen bir anlayış biçimi olan sürdürülebilirlik, son yıllarda dünyanın birçok ülkesinde doğal kaynakların kullanımı açısından ele alınmaktadır. Bu kaynakların yok olmasının, yerel halkın yaşam kalitesinin de yok olması anlamına geldiği de bilinmektedir (Bilgi 2013; Eceral ve Özmen 2009).

Turizm endüstrisinin doğrudan beslendiği doğal ve kültürel kaynaklar da kısıtlı düzeyde olup bunların turizm nedeniyle yok olması, sadece bugün için değil insanlar var olduğu sürece farklı zaman dilimlerinde turizm faaliyetlerine katılacak geleceğin turistleri ve yerel halkı için de bir endişe olacaktır. Belki de bu nedenle, yerel halk turizm endüstrisinin hızlı gelişmesi konusunda çoğu zaman olumsuz bir düşünceye sahip olabilmektedir. Şöyle ki; turizm endüstrisindeki gelişme genellikle tüketici gereksinimlerini dikkate alırken, yerel halkın gereksinimlerini ya da geleceğe yönelik beklentilerini göz ardı etmekte; daha da önemlisi, gelecek yaşamları için kendi yaşamlarının devamında etkili olacak kaynakların birden yok olması ya da hasar görmesi sorunu ortaya çıkabilmektedir.

Son olarak, yavaş şehir-yaşam kalitesi arasında kendisini gösteren çelişkiye de yer vermek gerekmektedir. Her ne kadar yavaş şehir kavramı, baş-

lanğıçta daha çok yerel halkın yaşam kalitesi için düşünülmüş olsa da ilerleyen yıllarda turizm açısından da bir çekicilik olarak tanıtılmaya başlanmıştır. Tatil sırasında turistler, kendilerini rahatsız edecek çevre kirliliğinden rahatsız olabilmekte ve doğal yerine yapay ürünleri tüketmek zorunda kalabilmektedirler. Turist, turizm için temel bir ürün olarak sunulan doğal kaynakların ve kültürel yaşamın bütün unsurlarının yok olmasına aracılık yapmakta, teknolojiden kaçarken kendisini bütün bu oluşumların ortasında bulabilmektedir. Sonuç olarak, tatile çıkmadan önce aradığı rahat ve huzur dolu bir yaşam yerine, kargaşa ve stres dolu bir şekilde evine ya da işine dönmek zorunda kalabilmektedir. İşte bütün bu nedenlerle, yavaş şehir oluşumunun yeni bir kavram olarak turizm hareketlerinin sürekliliği ve sürdürülebilirliği için turizm arzı ve tatil sonrasında sağladığı yaşam kalitesi ile turizm talebi açısından önemli bir araç olma potansiyeline sahiptir. Ayrıca o bölgede yaşayan yerel halk da benzer şekilde kentleşme ya da turizm sonucu ortaya çıkan göç ve yapılaşma ile birlikte, beklemediği olumsuz bir yaşama sahip olabilmektedir. Böyle bir sonuç, yaşam kalitesinin geri getirilemez bir şekilde hasar görmesine neden olabilir. Yerel halk, iki tercih arasında kalabilmektedir: Ya bütün bu olumsuzluklara katlanılması ya da bir başka mekâna taşınma kararının alınması. Bu kararlardan hangisinin alınacağı ise halkın sahip olduğu psikolojik, sosyal ve ekonomik şartlara bağlı olacaktır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma, Türkiye’de turizm alanında daha önce tamamlanmış bir benzerinin olmaması açısından önemlidir. Ayrıca, dünyada ve Türkiye’de yeni gelişmekte olan bir kavram olması nedeniyle daha yakından anlaşılması ve turizm endüstrisi ile ilişkisi bağlamında yerel halk ve turistler açısından sonuçların tartışılması da önem taşımaktadır. Yerinde gözlem, Seferihisar’ın Türkiye’nin yavaş şehir başkenti olması ve yazarın bu ilçede yerleşik oluması nedeniyle yılın farklı zamanlarında İzmir’in Seferihisar ilçesinde yapılmıştır. Gerçekleştirilen bu gözlem ile yazın taraması sonucunda görüşme soruları oluşturulmuştur. Soru listelerinin hazırlanması aşaması, alan yazın incelemesi sonucu ortaya konulan araştırmanın amacının, araştırma sorularına dönüştürülmesi ve bu konuda uzman

kişilerin görüşlerinin alınması ile oluşturulmuştur. Görüşme tekniğinin olumsuzluklarını ortadan kaldırmak amacıyla, sorunun çözümüne yönelik derinlemesine bilgi sahibi olabilmek için yapılandırılmış görüşme tekniğine uygun olarak soru listesi oluşturulmuş ve yapılan görüşmeler görüşme anında kalem-kâğıt ile not edilerek kayıt altına alınmıştır.

Nitel araştırmaların güvenilirliğinin sağlanmasında temel ölçütler arasında, araştırmanın kim, kaç kişi ve kaç soru ile ne zaman ve nerede gerçekleştirildiği gelmektedir (Whittemore, Chase, Susan ve Carol 2001). Bulguların farklı kaynaktan alınan veriler ile uyumuna bakılması bakımından araştırma üç grup üzerinde yürütülmüştür. Görüşmeler, 17 Ağustos – 06 Eylül 2012 tarihleri arasında Seferihisar’da yaşayan yerel halk arasından seçilen 22 kişi (10 soru); 17 Ağustos – 30 Ağustos 2012 tarihleri arasında ilçede ticaret yapan işletmeci ya da yöneticilerden seçilen 24 kişi (sekiz soru); son olarak, 24 Eylül 2012 tarihinde Belediye Başkanı ile yapılan görüşme (dokuz soru) ile tamamlanmıştır. Her bir grup için kullanılan soru listesi Tablo 1 üzerinde verilmektedir. Katılımcıların kendi bulunduğu ortamda gerçekleştirilen veri toplama sürecinde her bir kişi için ortalama görüşme süresi, 15-60 dakika arasında değişmiştir. Görüşmelerde, görüşme yapılacak kişinin gönüllü olarak görüşmeye katılmak istemesi ve yavaş şehir kavramı ile ilgili az da olsa bilgi sahibi olması dikkate alınmıştır. Görüşülen kişilere daha çok konuşma fırsatı verilmesi ve görüşmelerin olduğu gibi kayıt altına alınması ile daha geçerli verinin elde edilmesine zemin hazırlanmıştır.

Araştırmanın güvenilirliğine bir başka temeli oluşturacak olan veri analizinde izlenen süreç ise şu şekildedir: Görüşme sırasında yazar tarafından elle tutulan kayıtlar, her bir görüşmenin hemen ardından bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Sonrasında bütün kayıt listesi dikkatli bir şekilde okunarak içerik hakkında bilgi sahibi olunmaya çalışılmıştır. İkinci tur okumada, her görüşme için belirli başlıklar altında kodlama yapılmış ve birbirine benzeyen çok sayıdaki bilgi kümesi benzer başlıklar altında toplanmaya çalışılmıştır. Kalan veri kümesi üzerinde üçüncü ve son bir tur okuma daha yapılarak gözden kaçan veri olup olmadığı kontrol edilmiştir. Sürecin son aşamasında yapılan son bir kontrol ile her başlık altındaki metnin birbirleriyle uyumu ya da benzeşimi konusunda emin olmaya çalışılmıştır.

Tablo 1. Soru Listesi

No	Sorular	Yerel Halk	İşletme Sahipleri / Yöneticileri	Belediye Başkanı
1.	Seferihisar'ın yavaş şehir olduğu hakkında bilginiz var mı?	X	X	
2.	Yavaş şehir kavramının anlamını biliyor musunuz?	X	X	
3.	Yavaş şehir olarak kabulünden sonra Seferihisar'da ne gibi değişiklik gözlemlediniz?	X		
4.	Yavaş şehir olma unvanının, size ne gibi fayda sağladığını düşünüyorsunuz?	X		
5.	Yavaş şehir olma unvanının sizin için ne gibi olumsuzluklar getirdiğini düşünüyorsunuz?	X		
6.	Yavaş şehir hakkında ilçe halkının düşüncesi nedir?	X	X	
7.	Yavaş şehir unvanı, ilçede turizmin gelişmesinde nasıl bir etkide bulunabilir?	X	X	X
8.	Yavaş şehir unvanına başvuru düşüncesi nasıl gelişti?			X
9.	Yavaş şehir olma süreci hakkında bilgi verir misiniz?			X
10.	Yavaş şehir olunması, ilçedeki yaşam kalitesini nasıl etkilemiştir?	X	X	X
11.	Yavaş şehir fikrini ilçe halkı nasıl karşıladı?		X	
12.	Yavaş şehir unvanının sürekliliği konusundaki düşünceniz nedir? (Şehrin gelişmesi, yeni yatırımlar, yönetim değişikliği vb)			X
13.	Mesleğiniz?	X	X	X
14.	Yaşınız?	X	X	X
15.	.Kaç yıldır Seferihisar'da oturuyorsunuz?	X	X	X

mıştır. Yazım aşamasında ise betimsel veri (textual data) ile yazın arasındaki uyum dikkate alınarak gerekli yorumların yapılmasına özen gösterilmiş, hem dil hem de içerik açısından temsil yeteneği daha yüksek olan metinler, doğrudan alıntı (direct quotation) olarak metin içinde kullanılmıştır.

BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Üç farklı grup ile yapılan görüşmelerden her biri soru için elde edilen veri, aşağıdaki şekilde ele alınmakta ve sonrasında da yorumlanmaktadır.

Yerel Halk ile Yapılan Görüşmelerin Değerlendirilmesi

İlk olarak, meslek dağılımı açısından farklı grupların temsil edildiği yerel halk grubunda, yüksek öğrenim gerektiren mesleklerin yanı sıra esnaf, ev kadını, çiftçi ve el sanatları gibi meslek gruplarından kişiler de yer almaktadır. Bu grubun yaş aralığı, 27 ile 68 arasında değiştiği için daha çok, orta ve ileri yaş grupları temsil edilmektedir. Seferihisar'da ikamet süresi, bir yıl ile 61 yıl arasında değişmektedir. Turist grubunda olduğu gibi yerel halktan oluşan katılımcıların profili de heterojen bir yapıya sahiptir.

Yavaş Şehir Üyeliğinin Kabulünden Sonra Seferihisar'da Gözlemlenen Değişim

Yöre halkının, yavaş şehir üyeliğinin kabul edilmesinden sonra beraberinde getirdiği değişimi nasıl algıladıklarını üç şekilde ele almak mümkündür. Öncelikle olumlu yönüne bakmak gerekirse bunları ekonomik açıdan, tanıtım açısından ve kültürel açıdan ele almak mümkündür. Bunlar arasında el emeğinin değer kazanması, ev hanımlarının çalışmaya başlaması, yeni istihdam alanlarının yaratılması, organik üretimin ve pazarın teşvik edilmesi, müşteri olarak daha fazla insan gelmesi ve halkın gelirinin artması, yörede çekilen dizi-film sayısında artış olması, binaların dış görüntüsünün düzenlenmesi, halkın çevre temizliği bilincini kazanması ve düzenlenen sosyal ve kültürel faaliyet sayısında görülen artış gelmektedir.

Seferihisar'a dışarıdan gelen insan sayısı arttı, özellikle İstanbul'dan. Üretici pazarı ve kale içinde yöresel pazar kuruldu ve bu pazarlar çok ilgi görüyor. Özellikle bu pazarların kurulduğu günlerde, çevreden çok fazla ziyaretçi geliyor. İlçede tarım ürünlerinin değeri arttı ve bunların pazarlanması sağlandı (Katılımcı No: 5 – Ziraat Mühendisi).

Diğer yandan, yavaş şehir üyeliğinin elde edilmesiyle birlikte, beraberinde getirdiği olumsuz-

lukların daha yoğun olduğunu dile getiren katılımcıların da sayısı yüksektir (toplam 11 kişi). Dile getirilen olumsuzluklar arasında; diğer şehirlerden göç eden nüfus ve gelen ziyaretçilerle birlikte yaşanan nüfus artışı ve kalabalığın beraberinde getirdiği gürültü ve trafik sorunu, yörenin değer kazanmaya başlamasıyla yapılaşmanın artması ve bunun beraberinde getirdiği arsa fiyatlarındaki artış, yaz dönemlerinde özellikle günübirlikçi sayısında gözlemlenen önemli artış, doğal yaşamın özelliğini kaybetmeye yüz tutması, tabela isimlerinde yabancı kelimelerin kullanımındaki artış ve yöre dışından gelen girişimci sayısındaki artış yer almaktadır. Aşağıda yer verilen iki alıntı, ortaya çıkan olumsuzlukları özetlemek bakımından yeterli olabilir:

Seferihisar'da son yıllarda nüfus arttı, ama bunun kalıcı bir nüfus olacağına inanmıyorum. Bir süre sonra bu insanlar geri dönecekler. Yapılan reklamların getirdiği bir hareketlilik oldu, günübirlik ziyaretçi ve turist sayısında artış yaşandı. Özellikle emekli kesim buraya daha çok geliyor. Yaz nüfusu, yaşayan nüfusu beşe katlıyor. İnşaat endüstrisi hareketlendi, dışarıdan buraya inşaat yapmaya gelenler oldu. Seferihisar'ın çevresinin sit alanı olmasına rağmen inşaatlar yapılıyor, eski evler yıkılıyor. Yaz aylarında yemek yiyecek ve vakit geçirecek yer bulamıyoruz (Katılımcı No: 2 - Bankacı).

Seferihisar, yavaş şehir özelliklerine tam ters bir gelişme gösterdi. Önceden yavaş bir şehirdi, şimdi hızlı bir şehir oldu. Dışarıdan göç aldı, özellikle emekli insanlar Seferihisar'a yerleştiler. Yavaş şehir olduktan sonra inşaatlara sınırlama getirilecek korkusuyla bir an önce işimizi yapalım düşüncesiyle bir inşaat patlaması yaşandı. Seferihisar bakir, doğal halini koruyamadı. Yerli ve yabancı ziyaretçilerin akınına uğradı (Katılımcı No: 21 - Esnaf).

Görüldüğü gibi Seferihisar'da yaşayan yöre halkı, yavaş şehir üyeliğinin elde edilmesi ve bunun daha çok bir tanıtım aracı olarak kullanılması nedeniyle, son yıllarda ortaya çıkan gelişmelerden memnun görünmemektedir. Çünkü yukarıda sıralanan olumsuzluklar, gürültü, yaşam pahalılığı, günlük işleyişin bozulması, kendilerine sunulan hizmetlerde yaşanan sorunlar gibi nedenlerle sonuçta kendi günlük yaşam kalite düzeylerinin olumsuz anlamda gelişme gösterdiğini, aslında yavaş şehir olgusunun içeriği gereği, bu yöndeki beklentilerinin olumlu yönde olması gerektiğinin altını çizmektedirler. Üçüncü grupta yer alan etki ise bu yöndeki algılaması ne olumlu ne de olumsuz olan kesimi oluşturmaktadır. Görüşülen kişilerin birisinin 48 yaşında, emekli olduğu ve son yedi yıldır Seferihisar'da ikamet ettiği, bir diğerinin de

45 yaşlarında olduğu, tıp mesleğinden geldiği ve son bir yıldır yörede ikamet ettiği göz önüne alındığında, iki kişiden oluşan bu grubun gözlemleri hakkında fazla ipucu veremedikleri söylenebilir. Birinci kişi, ek olarak sadece yöresel pazarların öneminden; ikinci kişi de sadece, yavaş şehrin simgesi olan şehir merkezindeki salyangoz anıtından bahsetmiştir.

Yavaş Şehir Olgusunun Yerel Halka Sağladığı Fayda

Yavaş şehir olmanın Seferihisar'da yaşamakta olan yöre halkı üzerinde yarattığı etkiyi olumlu ve olumsuz anlamda iki şekilde ele almak mümkündür. Öncelikle olumlu tarafından bakılacak olursa, yukarıda üçüncü başlıkta belirtilen değişim ile paralellik gösterdiği söylenebilir. Şöyle ki, bu konuda yöre halkı daha çok, elde edilen ekonomik ve kültürel fayda üzerinde durmuşlardır. Ekonomik fayda anlamında, yapılan başarılı tanıtım çalışmaları sonucunda elde edilen marka şehir olma ve bu sayede artan ziyaretçi talebi, beraberinde yöresel pazarlar gibi yeni düşünceleri uygulamaya geçirmiştir. Yöresel pazarların kurulmasıyla birlikte istihdam olanakları artmış, ev hanımlarına dönük yeni iş sahaları çıkmış, üreticiler 'daha ne üretebilirim' diye düşünmeye başlamışlardır. Böylelikle yöre ekonomisi canlanmaya ve elde edilen gelir artmaya başlamıştır. Bu konuda aşağıda iki alıntı bulunmaktadır:

Yavaş şehir olduktan sonra Seferihisar tanındı, ekonomik anlamda gelişme yaşandı. Ürettiklerimizi pazarlama şansına sahip olduk. Üretici ve tüketici aracısız birbirine ulaşabiliyor. Turistlere yöresel zenginliklerimizi tanıtma fırsatı yakaladık. Özellikle yöresel yemeklerimiz ön plana çıktı (Katılımcı No: 4 - Memur).

Seferihisar daha önce sadece deprem felaketiyle anılan bir şehir iken yavaş şehir ile birlikte çok reklamı yapıldı ve medyatik bir ilçenin yerlisi oldum. Gittiğim her yerde yaşadığım şehir tanınıyor ve insanlar yavaş şehir ile ilgili sorular soruyor (Katılımcı No: 13 - Ziraat Mühendisi).

Kültürel anlamda ise daha önceden kendi içine kapalı bir toplum olduğu dile getirilen Seferihisar halkı, sonrasında dışarıya açılma ihtiyacı duymuştur. Bunun üzerinde, eğitim düzeyi daha yüksek kimselerin göç ederek ilçede yaşamaya başlamaları, gelen ziyaretçi sayısında nitel ve nicel artış ve yılda bir kez ücretsiz düzenlenmeye başlanan sinema günlerinin etkili olabileceği söylenebilir. Ekonomik ve kültürel bakımlardan elde edilen faydanın, sonuçta ilçenin yaşanabilir ya da tatil yapıla-

bilir marka şehir haline gelmesine ve yöredeki ev ve arsa fiyatlarının artmasına yol açtığı görülmektedir. Bu durum ise yöre halkı tarafından olumlu bir gelişme olarak değerlendirilmektedir.

Memur olduğum için bana ekonomik anlamda bir faydası olmadı. Ailem ürettiklerini pazarda satmaya başladı, onlara ekonomik olarak katkı sağladı. Her yıl sinema günleri düzenlenmeye başlandı, hiçbir ücret ödmeden bu filmleri izleyebiliyoruz. İnsanların bakış açısında olumlu değişimler yaşandı. Ekonomik gelişmeler yaşandı. Herkes ne üretebilirim diye düşünmeye başladı (Katılımcı No: 10 - Öğretmen).

Yukarıdaki alıntıdan da görüleceği üzere, yöre halkının elde ettiği fayda daha çok ekonomik açıdan ele alınmaktadır. Genel olarak bakıldığında, yavaş şehir markasının yöre halkı üzerinde genelde ekonomik ve kültürel anlamda faydası olduğunu dile getiren katılımcıların oranı oldukça yüksek çıkmaktadır. Bununla birlikte iki katılımcı, elde edilen faydadan öte, ortaya çıkan zararın daha fazla olduğunu düşünmektedir. Bu iki katılımcının vurgulamak istediği olumsuz durum, yaşanan gürültü kirliliğidir. Plajda yüksek sesli çalınan müzik, artan trafik ve düzenlenen ücretsiz halk konserlerinin ortaya çıkardığı gürültü burada etkili olmaktadır.

Yavaş Şehir Olgusunun Yerel Halk Açısından Getirdiği Olumsuzluk

Toplam sekiz katılımcı, yavaş şehir ölçütlerinin uygulanmaya başlaması ile birlikte kendileri açısından herhangi bir olumsuzluk yaşamadıklarını söylemektedir. Bir kısım katılımcı ise yaşanan olumsuzları daha çok şehrin geneli açısından ele alırken, diğer bir kesim de yaşanan olumsuzlukları kendi açılarından şu şekilde özetlemişlerdir: Bu kesim öncelikle, Seferihisar'ın yavaş şehir için uygun bir kent olmadığını dile getirmektedir. Sonrasında ise artan göç ve ziyaretçi sayısı ile birlikte artan fiyat düzeyinden, geçmişte deneyim sahibi oldukları kültürel değerlerin günümüzde kaybolmakta olmasından, özellikle hafta sonları otopark sorunu yaşamalarından, geçmişte sahip olunan rahat şehir yaşamının yerini günümüzde sıkışık bir dokunun almasından ve insanlar arasındaki güven bunalımından söz edilmektedir.

Buraya [Seferihisar'a] sakin olduğu için yerleştik, şimdi çok kalabalık. Ben eski Sığacık'ı istiyorum (Katılımcı No: 20 - Emekli Öğretmen).

Kalabalık arttığı için yaşamımız zorlaştı. Özellikle hafta sonları trafik yoğunluğu rahatsız edici. Seferihisar'daki

mevcut durum bu kalabalığı kaldıramıyor. Bunun dışında bir olumsuzluk getirmedir (Katılımcı No: 18 - Bankacı).

Bu grup içinde yer alan bazı kimseler ise bu tür olumsuzlukların yavaş şehir olgusuna bağlanmasının doğru olmayacağını, diğer şekilde de günümüz şartları gereği, benzer bir değişimin ortaya çıkacağını vurgulamaktadırlar:

Seferihisar, yavaş şehir unvanı ile birlikte betonlaşmaya başladı, inşaat ve trafik yoğunluğu arttı, otopark sorunu başladı. İnsanlar için yürüyüş alanları azaldı. Gürültü ve hava kirliliği oluşmaya başladı. Ev kiralari arttı. Çocuklarımız daha kalabalık sınıflarda ders yapmak zorunda kalıyor. Eskiden Hidrellez zamanı tekneler ile giderek yemek yediğimiz bir yer vardı. Yöre halkının bir geleneği vardı, marinanın yapılmasıyla bu geleneğimiz yok oldu (Katılımcı No: 4 - Memur).

Yukarıdaki alıntıdan da görüleceği üzere, ortaya çıkan kalabalık ya da kültürel bozulmanın nedeni her zaman, yavaş şehrin bir sonucu olmazken, yerel yönetimlerin kontrolündeki önceki yıllara ait başka bir planlama faaliyeti sonucunda da ortaya çıkabilmektedir.

Yavaş Şehir Hakkında Yerel Halkın Düşüncesi

Katılımcılara, Seferihisar'da yaşayan yöre halkının yavaş şehir olgusuna bakışları sorulduğunda ortaya çok farklı sonuçlar çıkmaktadır. Birincisi, yöre halkının yavaş şehrin ne anlama geldiği konusunda ayrıntılı bilgiye sahip olmadığı, bunun sadece bir isim değişikliği olarak algılandığı ya da sadece Sığacık Mahallesi'nin yavaş şehir olarak düşünülmesidir. İkincisi, yapılan tanıtım çalışmaları ile birlikte yörede turizm hareketlerinin arttığını ve ekonominin canlandığını; sonuçta da yörenin ekonomik anlamda değer kazanmasından halkın son derece memnun olduğudur. Bu nedenle, yavaş şehrin sürdürülebilirliğinin sağlanması gerektiğini dile getirmektedirler.

Halk ekonomik gelişmeden memnun. Özellikle bayanlar evlerinde ürettiklerini satmaya başladılar ve ekonomik özgürlük kazandılar. Kale içinde yaşayanlar bu işi kira, vergi vb. gideri olmadan evlerinin önünde yapıyor. Yeni oteller yapılması ile halk için yeni istihdam alanları oluştu. Gününbirlik ziyaretçiler sayesinde esnafın geliri arttı. Tekne turları ve ev pansiyonculuğunda da artış oldu (Katılımcı No: 4 - Memur).

Halk, yerel pazarın kurulmasından memnun. Seferihisar'ın merkezinde yaşayanlar biraz memnuniyetsiz, çünkü tüm gelişmelerin Sığacık Mahallesi'nde olduğunu düşünüyorlar. Bu nedenle, Sığacık Mahallesi yavaş şehir olmaktan daha çok memnun, onlara ekonomik anlamda katkısı çok daha fazla oluyor (Katılımcı No: 22 - Satış Elemanı).

Üçüncü olarak, yöre halkının bu tür bir uygulamanın beraberinde getirdiği yaptırımlardan duyduğu rahatsızlık dile getirilmektedir. Örneğin; barlarda müzik sesinin yüksek düzeyde açılmaması, halkın “gelişmede yavaşlıyoruz ya da geri kalıyoruz” gibi endişelere kapılmaya başlaması gibi. Aşağıdaki alıntı ise daha çok, Seferihisar’ın geleceği konusunda yöre halkının duyduğu endişeye işaret etmektedir:

... İlçe halkı Seferihisar’ın yavaş şehir mantığına ters bir şekilde geliştiğini düşünüyor. Yavaş şehir ilk dile geldiği zaman herkes çok olumlu bakıyordu. İnsanlar Seferihisar, Bodrum ya da Kuşadası gibi olmasın diyordu. Şu anda birçok kişi kalabalık ve trafikten şikâyetçi (*Katılımcı No: 3 - Öğretmen*).

Bütün bu örnekler, aslında yavaş şehir olgusunun içeriği ile doğrudan örtüşmektedir. Bilindiği gibi yavaş şehir, yerel halkın ve ziyaretçilerin yaşam kalitesi açısından, kontrol altında bir gelişmeyi ve yaşam biçimini savunmaktadır.

Yavaş Şehir Olgusunun, Seferihisar Turizm Endüstrisinin Gelişmesindeki Etkisi

Yavaş şehir olgusu ile birlikte, Seferihisar’da turizm endüstrisinin gelişimi konusunda iki farklı görüş ortaya çıkmaktadır. Birinci grup, Türkiye’de ilk yavaş şehir olmanın verdiği imaj avantajı ve yörede uygulamaya konulan ev pansiyonculuğu, yöresel ürünlerin ön plana çıkarılması ve halkın daha da bilinçlendirilmesi ile birlikte, ilçedeki turizm endüstrisinin gelecek yıllarda olumlu bir seyre sahip olacağı üzerinde dururken, beraberinde bazı öneriler de getirmektedirler:

İlçede [Seferihisar’da] turizm gelişmeye devam eder. Turistler, Seferihisar’ın yöresel özelliklerini ve yemeklerini görmek için geliyorlar. Bu özellikler korunduğu sürece turist çekmeye devam edecektir (*Katılımcı No: 6 - Çiftçi*).

Seferihisar, yavaş şehir ölçütlerine uygun bir şekilde gelişir ise az ama daha kaliteli turisti çekecektir. Bu durum, Seferihisar’a hem kültürel hem de ekonomik anlamda daha fazla katkı sağlayacaktır (*Katılımcı No: 3 - Öğretmen*).

Yerel yönetimler yavaş şehir özelliklerine sahip çıkarsa Seferihisar’da yavaş şehir özellikleri korunarak turizm gelişir. İşletmeler ve halk, yöresel özellikleri korumaya teşvik edilmeli (*Katılımcı No: 19 - Emekli Bankacı*).

Diğer bir grup ise yavaş şehir olgusu ile Seferihisar’da turizm endüstrisinin gelecekteki durumu arasında olumlu bir ilişkiyi söz etme-

mektedir. Artan ziyaretçi sayısı ile birlikte turizm endüstrisinin canlanmaya başlaması, gelecek için iyimser bir gelişme olarak görülmemektedir. Turizm endüstrisinin daha da gelişmesi ile birlikte, yörenin özelliğini kaybederek yavaş şehir olma bağlamında bir çekiciliğinin kalmayacağı ve sonuçta, Türkiye’nin Özdere, Çeşme ve Kuşadası gibi diğer bazı turizm yörelerinde olduğu gibi hem hizmet hem de yaşam kalitesinde düşüşün olabileceği beklentisi egemendir.

İşletme Sahipleri ve Yöneticileri ile Yapılan Görüşmelerin Değerlendirilmesi

Görüşme yapılan üçüncü grup, Seferihisar bölgesinde faaliyet göstermekte olan çeşitli işletmelerin sahipleri ya da yöneticileri ile yapılan birebir görüşmeden oluşmaktadır. Meslek dağılımı açısından, otel işletmelerinden hediyelik eşyaya, gıda satışından el sanatlarına kadar farklı bir yelpaze görülmektedir. Bu gruptaki katılımcıların yaş aralığı 19 ile 57 arasında değişmekle birlikte, genel yaş ortası orta yaş lehinedir. Seferihisar yöresinde çalışma süresi de 1 ile 25 yıl arasında değişmekle birlikte, çoğunluk birkaç yıllık çalışma süresi ile sınırlıdır. Bunun nedeni olarak da Sığacık Mahallesi’nde birkaç yıl önce faaliyete geçen yat limanı çevresinde son dönemlerde açılan işletme sayısındaki artış gösterilmektedir.

Yöre Halkının Yavaş Şehir Hakkında Düşünceleri

Bu konuda üç farklı görüş ortaya çıkmaktadır. Birinci görüşü savunanlara göre, beraberinde getirdiği özellikle ekonomik kazanç fırsatları nedeniyle yavaş şehir, Seferihisar yöre halkı arasında memnuniyet ile karşılanmaktadır. Yöre halkının başlangıçta bu olgunun ne anlama geldiğini fazla anlayamadığı, ancak ileriki dönemlerde uygulamaya geçilmesiyle birlikte özellikle küçük üreticiler ve işletmeler için önemli olduğu görülmüştür. Salı günleri kurulan üretici pazarının yanı sıra kadınların kendi ürettiklerini satabildikleri diğer pazarların kurulması ve bunların yörenin tanıtımı ve pazarlanması konusunda önemli bir çekicilik haline gelmesinde, yavaş şehir olgusunun etkili olduğunu görmek mümkündür. Bunların yanı sıra bazı küçük ölçekli konaklama tesislerinin açılmaya başlanması, esnafın para kazanması ve mülk fiyatının artması nedeniyle olumlu bir bakışın ortaya çıktığı

görülmetedir:

Halk memnun, köy pazarı kuruldu ve halk için bir gelir kaynağı oldu. İnsanlar bahçesinde ürettiklerini, evde yaptığı yemekleri, el işlerini pazarda satabiliyorlar. Şehre gelen insan sayısında artış yaşandı. Günübirlikçi ziyaretçiler esnafı memnun etti, kazançları arttı (Katılımcı No: 5 – Otel İşletmecisi).

Yavaş şehir olduktan sonra gelir düzeyi arttı. Kadınlar, evlerinin önünde ürettiklerini satmaya başladılar. Halk bu durumdan memnun. Yavaş şehir olmadan önce kış aylarında çok boştu, şimdi kış aylarında da pazar günleri hareketli, esnaf haftada bir günde olsa satış yapıyor (Katılımcı No: 24 – Fırın Sahibi).

Yine bu grubun temsilcileri, yavaş şehrin ortaya çıkardığı sonuçların yöre halkı tarafından sadece ekonomik açıdan değerlendirilmesinden rahatsız olduklarının, ancak bu modelin ölçütlerinin uygulanmasının ya da gelecek yıllarda sürdürülebilirliğinin ne şekilde sağlanması gerektiği konusuna gereken önemi vermediklerinin altını çizmektedirler. Böyle bir durum ise turizm endüstrisinde görmeye alışık olduğumuz, kontrolsüz gelişme sonucu ortaya çıkan aşırı ticarileşme ve yapılaşma sonucunda yörenin turizm açısından çekiciliğini kaybedebileceği tehlikesiyle karşı karşıya kalabileceğine işaret edebilir.

Halk sadece olaya ekonomik olarak bakıyor. Doğayı ve geleneklerini korumaya yönelik bir çabaları yok. Halk elindeki değerlerin farkında değil (Katılımcı No: 21 – Dalış Kulübü İşletmecisi).

İkinci grupta yer alanlar, Seferihisar'ın zamanla çekici hale gelmeye başlamasıyla birlikte ortaya çıkan olumsuz gelişmelerden yöre halkının rahatsızlık duymaya başladığını söylemektedirler. Rahatsızlık duyulan bu olumsuz gelişmeler arasında, aşırı ziyaretçi sayısının artışı ile birlikte ortaya çıkan kalabalık ve gürültü kirliliği yer almaktadır. Yine bu gruba göre, yat limanı çevresinde faaliyet gösteren bazı Sığacık esnafının yavaş şehrin ortaya çıkardığı sonuçlardan kendi açılarından memnun olmadıklarının düşünülmesi de diğer bir olumsuz gelişmedir. Bunun nedeni ise o çevrede hareketliliğin azalacağı beklentisi ile ekonomik anlamda gelir kaybına uğrayacakları gibi bir endişeye sahip olmalarıdır:

İlçe [Seferihisar] halkının bir kısmı yavaş şehir olmaktan memnun, bir kısmı ise memnun değil. Yavaş şehir olmak kazandırdı diyen de kaybettirdi diyen de var. Pazarcular, esnaf, balıkçılar genel olarak memnun. Kaleiçi pazarının kurulması ev kadınlarına gelir sağladı.

Genellikle bu bölgede yazlığı olanlar bölgenin tanınmasından ve kalabalıklaşmasından şikâyetçi. Gürültünün arttığını söylüyorlar ve doğal yapının bozulmasını istemiyorlar (Katılımcı No: 1 – Otel İşletmecisi).

İlçe [Seferihisar] gençleri yavaş şehir olmaktan memnun değil, müzik sesi kısıyor, barlarda eğlenemiyorlar. Yaşlılar da burada kalabalığın artmasından şikâyetçi. Tatil amaçlı gelenler Bodrum, Çeşme vb. yerlerden daha sakin olduğu için memnun (Katılımcı No: 25 – Otel İşletmecisi).

Üçüncü grubun düşüncesi ise aşağıdaki ilk alınıtıda da kısmen vurgulandığı gibi yöre halkının yavaş şehir konusuyla fazla ilgilenmediği ya da bu konuda yeterli bilgiye sahip olmadığı üzerinedir. Bu konuda, yöre halkının başlangıçta olumsuz düşündüğünü, ancak olumlu yönlerini görmeye başladıktan sonra memnun olmaya başladığını da söylemek mümkündür.

Yavaş şehir konusunun, halkın pek fazla umurunda olmadığını düşünmüyorum. Yavaş şehir unvanı ile birlikte burası pazarlanmaya başladı. Hafta içi ölü bir şehir, hafta sonları ise normal dışı bir yoğunluk oluyor (Katılımcı No: 2 – Otel İşletmecisi).

Halk, durumdan memnun; yine de bazı şikâyeti oluyor. Başlangıçta, özellikle erkekler çok tepki gösterdi, çünkü Sığacık Kaleiçi pazar yerinin kurulmasıyla eşleri çalışmaya başladı. Pazar günleri gürültü ve kalabalık arttı. Ekonomik getirisini gördükten sonra memnun olmaya başladılar (Katılımcı No: 4 – Kafe-bar İşletmecisi).

Yerel halkın yavaş şehir konusunda, başlangıçta olumlu bir tutum beslemez ve fazla ilgi göstermezken ilerleyen dönemlerde sağlanan ekonomik fayda ile birlikte tutum değiştirmeye başladığı görülmektedir. Örneğin; bazı erkeklerin, eşlerinin çalışmaya başlamaları ile birlikte, başlangıçta rahatsızlık duyarken, ekonomik anlamda faydasını görmeye başlamalarıyla birlikte, fikir değiştirdikleri görülmektedir. Benzer durum, kalabalık ve gürültüden başlangıçta rahatsızlık duyan yöre halkı için de geçerlidir.

Yöre Turizminin Gelişiminde Yavaş Şehir Olgusunun Algılanan Etkisi

Seferihisar'da faaliyet gösteren işletmelerin sahip ya da yöneticileri, yavaş şehir olgusunun yöredeki turizm endüstrisinin gelişiminde olumlu yönde etkide bulunduğunun altını çizmektedirler. Bu gruba göre yavaş şehir, Seferihisar için önemli bir tanıtım kaynağı olmuş ve sonuçta insanlarda ortaya çıkan merak dürtüsü nedeniyle yöreye gelen ziyaretçi sayısında önemli bir artış ortaya çıkmıştır. Ye-

ni otel işletmelerinin yapılması ile birlikte, özellikle yurtdışından yabancı turist gelmeye başladığı söylenmektedir. Seferihisar'ın yavaş şehir bakımından avantajlı olduğu ve kurallarının uygulanmaya devam edilmesi ile birlikte gelecekte daha çok turist geleceği ve bunların otel dışına çıkmalarıyla yöre esnafının daha çok gelir elde edebileceğine vurgu yapılmaktadır.

Yavaş şehir olmasından çok, ev pansiyonculuğunun gelişmesi turizmi olumlu etkiler. Yavaş şehir olması daha çok gününbirlik gelmesinde etkili çünkü çok fazla gezilip görülecek yeri yok, küçük bir yer. Yabancı turistlere yönelik büyük otellerin yapılması burada hareketliliği arttıracaktır (*Katılımcı No: 15 – İşletmecisi*).

Sakin şehir olmak, turistlerin tatil seçimlerinde önceliği olacaktır. Slowfood bunu destekliyor. İnsanlar kalabalık şehirlerden sakın yerlere kaçmak istiyorlar. Elektrik kabloları yer altında olduğu, organik yiyeceklerin tüketildiği, bisiklet ile ulaşımın kolay olduğu bu şehri tercih edeceklerdir. Özellikle Seferihisar, kış aylarında daha sakın ve huzurlu bir şehir (*Katılımcı No: 23 – Hediyelek Eşya Satıcısı*).

Seferihisar'ın yavaş şehir olma şartlarını yeterince yerine getirmediği ve bu nedenle bazı doğal çevre üzerinde bazı sorunların ortaya çıktığı görülmektedir. Bir yandan yavaş şehir konusu gündeme getirilirken diğer taraftan yapılaşmanın, gürültü kirliliğinin ve büyük ölçekli otel inşaat sayısının artması bir çelişki olarak görülmektedir. Bu kesim, turizm endüstrisi ile ilgili olarak gelecek dönemlerde olumlu bir gelişme beklememekte; bunun nedenleri arasında ise yörenin turizm hareketliliği bakımından doyum noktasına yaklaşmasının önemli bir risk oluşturması gösterilmektedir.

Seferihisar'ın yavaş şehir olması, turizmin gelişmesini olumlu yönde etkiledi. Hiçbir şeyi olmayan bir ilçeden yavaş şehir unvanı ile birlikte değeri olan bir ilçeye dönüştü. İlçede turizm gelişmeye devam eder, kalabalıklaşır ve burası yavaş şehir olmaktan çıkabilir (*Katılımcı No: 6 – Turizm İşletmecisi*).

Seferihisar ve Sığacık, gelişmekte olan bir yer. Kimileri buranın Çeşme gibi kalabalık ekonomik kazancı çok olan bir yer olmasını istiyor. Biz buranın doğal özelliklerini koruyan, daha kaliteli turistlerin geldiği bir yer olmasını istiyoruz. Burası gelişmeye devam eder ama bu gelişme hangi yönde olur bunu bilemiyorum (*Katılımcı No: 25 – Otel İşletmecisi*).

Görüldüğü gibi işletme sahipleri ile yöneticileri tarafından, yerel halkın yaşam kalitesi ve turizm endüstrisinin gelişimi bakımından yavaş şehrin Seferihisar üzerindeki etkileri, hem olumlu hem de olumsuz yönlerden ele alınmaktadır. Bu tür araş-

tırma sonuçları, yöre ile ilgili ileriye yönelik sağlıklı kararların alınmasında yardımcı olacak niteliktedir.

Yavaş Şehir Olgusunun Seferihisar'a Sağladığı Katkı

Yavaş şehir olgusunun uygulamaya konulmasıyla birlikte, genel olarak Seferihisar üzerinde ne gibi bir katkıda bulunduğunu alt başlıklar halinde şu şekilde özetlemek mümkündür: Yörenin tanıtımının yapılması, turizm hareketlerinin sadece yılın belirli dönemlerinde değil, yıl boyu görülmeye başlanması, düzenlenen sosyal etkinliklerin artması (konser, festival vb.), çevre düzenlemesine ve altyapıya önem verilmesi (yol, kaldırım ve evlerin bakımı; elektrik kabloların yer altına alınması vb.), yat limanı ve yeni işletmelerin açılması sonucunda istihdamın artması, halkın üretime teşvik edilmesi ve elde edilen gelirin artmasıyla birlikte ilçedeki yaşam kalitesinin artması. Bütün bu gelişmeler, yavaş şehir ölçütleri ile örtüşmektedir:

Yavaş şehir olduktan sonra halk kabuğundan çıktı, sosyalleşti ve yaşama bakış açıları değişti. Daha önceden tutucu bir kasabaydı. Çevre düzenlemeleri yapıldı, bazıları güzel bazıları ise doğal yapıyı bozdu. Marinanın yapılması buradaki doğal yapıyı olumsuz etkiledi. Arkeolojik kazılar yapılmaya başlandı. Plajlara mavi bayrak alınmasına katkı sağladı (*Katılımcı No: 4 – Kafe-bar İşletmecisi*).

İkinci olarak, yavaş şehrin Seferihisar üzerinde genel anlamda olumsuz etkiye sahip olduğunun altını çizenlerin gerekçeleri incelendiğinde, artan arsa fiyatları ve düzenlenen sosyal etkinliklerin sayıca azlığı görülmektedir. Yavaş şehir unvanına sahip olmakla birlikte ilçenin tanınırlığının artması, beraberinde aşırı kalabalık getirmiştir. Yavaş şehir olma ölçütleri arasında yöresel mimari özelliklerinin bulunmasına karşın, mimari ölçütlere uymayan yapılaşma da olumsuz görülen diğer nedenler arasındadır.

Yavaş şehir unvanının Seferihisar'a çok faydası olduğunu düşünmüyorum. Daha çok Sığacık ve Akarca'ya faydası oldu. Bu bölgelerde yazlık ve arsa satışı arttı. Sakin şehir herkese hitap eden bir yer değil, bu nedenle buraya çok şey kazandırmaz (*Katılımcı No: 1 – Otel İşletmecisi*).

Yavaş şehir olması burası için avantaj değil dezavantaj oluyor. Sosyal olanakların az olduğu bir yer. Burası huzur evi gibi olur (*Katılımcı No: 11 – İşletmecisi*).

Son olarak, yavaş şehir üyeliğinin elde edilmesi ve yerel seçim sonuçları arasında fazla bir zaman aralığı olmadığı için Seferihisar'da son yıllarda

meydana gelen değişimin yerel yönetimdeki değişimden mi kaynaklandığının, yoksa yavaş şehrin bir sonucu mu olduğunun anlaşılmasını güçleştirdiğini ifade eden aşağıdaki alıntının da önemine vurgu yapılması gereklidir. Belki de bu nedenle, bir süre daha beklemenin gerekliliği düşünülebilir.

Seferihisar, çok durağan bir dönemde ve yerel yönetimin belirleneceği bir seçim sürecindeydi. Bu süreçte yerel yönetim değişti ve altı ay sonra yavaş şehir unvanı alındı. Bu süreçten sonra ilçede değişim başladı. Bu değişim, yerel yönetimin çabası ile mi yoksa yavaş şehir unvanı ile birlikte mi oluştu bunu ayırt etmek zor. Bunu anlayabilmek için Türkiye’de yavaş şehir unvanını almış başka ilçelerdeki değişimleri gözlemlemek gerekiyor. Halkı bilinçlendirme çalışmaları, seminerler, kültürü koruma çalışmaları yavaş şehir unvanı ile birlikte yapıldı. Seferihisar, yavaş şehir unvanı ile birlikte geliyor olabilir ama yavaş şehir ölçütlerine uygun geliyor mu, bu tartışılır. Biz önce altyapı sonra gelişme olacağını düşünüyorduk fakat bu gelişme tam tersi oldu. Yavaş şehir unvanını Türkiye’de Seferihisar’dan çok daha fazla hak eden yerler var. Seferihisar, yavaş şehir özelliklerini sindiremedi, yavaş şehir biraz medyatik bir olay (*Katılımcı No: 3 – Otel İşletmecisi*).

Görüldüğü gibi yavaş şehrin turizm endüstrisi ve yerel halkın yaşam kalitesi açısından Seferihisar üzerinde etkileri konusunda, işletme sahipleri ve yöneticileri üç farklı düşünceye sahiptirler. Birinci grup, olumlu etkileri üzerinde dururken, ikinci grup olumsuz etkilerine vurgu yapmakta; üçüncü grup ise bu yönde yorum yapmanın güçlüğü üzerinde durmaktadır.

Belediye Başkanı ile Yapılan Görüşmenin Değerlendirilmesi

Yavaş şehir düşüncesinin ortaya çıkışı, şimdiki uygulaması ve gelecekteki durumu ile ilgili olarak daha ayrıntılı bilgi almak amacıyla, 24 Eylül 2012 tarihinde Seferihisar Belediye Başkanı ile bir görüşme gerçekleştirildi. Yaklaşık 45 dakika süren görüşmede, kendisine toplam yedi adet soru yöneltildi ve görüşme sonuçları o anda kâğıt-kalem yöntemiyle not edildi. Bu görüşmeden elde edilen bulgular aşağıdaki şekilde özetlenebilir.

Belediye başkanı, yaşam kalitesi kavramı, aslında çok farklı ve kapsamlı bir konu olduğu halde bundan algılanan sonucun ekonomik gelişmişlik olduğunu dile getirirken konunun sadece ekonomik gelişmişlik düzeyine indirgenmesinin yanlış olduğunu yöre halkına anlatmaya çalıştıklarını ifade etmektedir. Burada verilmek istenen mesaj, ya-

şamı kolay ve keyifli yaşayarak sürdürülebilirliğin sağlanması olduğu için, yavaş şehir olgusu, konunun anlaşılması ve anlatılması bakımından yardımcı olmaktadır.

Belediye başkanı, aslında kendilerinin hedefinin daha küçük çaplı bir turizm olduğunu dile getirmektedir. Seferihisar, kitle turizmi dışında ev pansiyonculuğunun ve günübirlik turizmin gelişmesine çok daha uygun bir yer olarak görünmektedir. O nedenle, çok fazla sayıda konut yapılması istenmemekte, turizmdeki kalitenin yükseltilmesi hedeflenmektedir. Gelecekte referans alınacak iki noktadan birincisi küçük ölçekli ve günübirlik turizmin geliştirilmesi; ikincisi ise kalitenin artırılmasıdır. Doğa ve kültür, korunmadığı ve yıpratıldığı takdirde bir daha yerine konulamayacak değerlerdir. Yöre halkının, zaman içinde bu durumu daha iyi anlaması ve Seferihisar’ın doğasına ve kültürüne sahip çıkması beklenmektedir. Organik olmayan tarım ürünleri ile organik tarım ürünlerinin piyasa fiyatları birbirinden farklıdır. Birbirine benzer, kalabalık, kentleşmiş turizm bölgeleri ile yavaş şehir unvanına sahip doğası korunmuş kültürel değerlerine sahip çıkan bir turizm bölgesinin de fiyatları birbirinden farklı olacaktır. Amaç, yavaş şehir olgusunun ortaya çıkaracağı imaj farkı ile Seferihisar’da bu farklılığı ortaya koyabilmektir.

Belediye başkanına göre, Seferihisar’da geleneklere, doğal, kültürel ve tarihi zenginliklere sahip çıkmanın değeri ve önemi yavaş şehir sayesinde daha iyi anlaşılacaktır. En önemlisi, yöre halkı Seferihisarlı olmakla (bu unvana sahip olmakla) gurur duymaya başlamıştır. En fazla değişimin, yaşanan bu gururda olduğu ve kendisi ile gurur duyan bir kentli kimliğinin olduğu dile getirilmektedir. Halkın yaşam kalitesi ve gelir düzeyinde artış olduğunun altı da çizilmektedir. Bunun yanı sıra belediye başkanı, yavaş şehir olgusunun uluslararası alandaki logosu salyangoz olmasına karşın bu logonun Seferihisar’da yaşayan halkın ya da yöreyi ziyaret eden turistlerin gözünde olumsuz bir algı oluşturmadığını belirtmektedir. Aksine, yöre halkı ve dışarıdan gelen ziyaretçiler, salyangozun önünde resim çektirmektedir. En olumlu değişimler bile ilk başta tepki ile karşılanırken, Seferihisar halkı ve yönetiminin bunu başardığı düşünülmektedir. Seferihisar’ın yavaş şehir olduğunu duymayan kalmadığı gibi yavaş şehir olmaktan vazgeçil-sin gibi bir önerinin gelmediği de vurgulanmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yukarıdaki bölümlerde ayrıntılı şekilde ele alındığı üzere, yavaş şehir kavramı ve buna paralel olarak yavaş yemek ile turizm endüstrisi arasında da oldukça yakın bir ilişki söz konusudur. Bu ilişki daha çok, sürdürülebilir yaşam ve sürdürülebilir turizm ile ilgilidir. Turizm alanında bu iki kavram arasındaki ilişkiyi ele alan yeterli sayıda çalışmanın bulunmadığı varsayımından hareketle, bir çalışmanın yürütülmesi düşüncesi ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle, yavaş şehir olgusunun, yerel halkın kentsel yaşam kalitesi üzerindeki etkisi araştırıldığında, artan turizm hareketliliği ile birlikte yerel halkın ekonomik anlamda kazanç sağlamaya başladığı ve bu nedenle halkın yavaş şehir uygulamasına sıcak baktığı görülmektedir. Kentsel yaşam kalitesi ile ilgili gözlemlenen olumlu eğilimler arasında, yeni istihdam alanlarının yaratılması, çevre düzenlemesi, doğal yaşamın korunması, planlı yapılaşma, sessizlik, mevcut gelenek-göreneklerinden oluşan kültürel değerlerin (yaşam biçimi, yeme-içme alışkanlığı, insanlar arası iletişim vb.) korunması, düzenlenen sosyal ve kültürel faaliyetlerde görülen artış sayılabilir.

Kentsel yaşam kalitesi açısından ele alınacak olumsuzluklar arasında ise diğer şehirlerden yaşanan göç ile birlikte yaşanan nüfus artışı ve kalabalığın beraberinde getirdiği gürültü ve trafik sorunu, yörenin değer kazanmaya başlamasıyla birlikte ortaya çıkan aşırı yapılaşma ve bunun beraberinde getirdiği arsa fiyatlarındaki artış, yaz dönemlerinde özellikle günübirlikçi sayısında gözlemlenen önemli artış, yaşam pahalılığı, günlük işleyişin bozulması ve yerel yönetimler tarafından sunulan hizmetlerde yaşanan sorunlar sayılabilir.

Seferihisar'da faaliyet gösteren işletmelerin sahip ya da yöneticileri ile yerel halk, yavaş şehir olgusunun yöre ekonomisi üzerinde olumlu yönde etkide bulunduğu altını çizmektedirler. Bu gruba göre yavaş şehir, Seferihisar için önemli bir tanıtım kaynağı olmuş ve sonuçta insanlarda ortaya çıkan merak dürtüsü nedeniyle yöreye gelen ziyaretçi sayısında önemli bir artış ortaya çıkmıştır. Ev pansiyonculuğunun yanı sıra yeni otel işletmelerinin yapılması ile birlikte, özellikle yurtdışından yabancı turist gelmeye başladığı söylenmektedir. Seferihisar'ın yavaş şehir bakımından avantajlı olduğu ve kurallarının uygulanmaya devam edilmesi ile birlikte gelecekte daha çok turist geleceği ve

bunların otel dışına çıkmalarıyla yöre esnafının daha çok gelir elde edebileceği ifade edilmektedir.

Seferihisar'ın yavaş şehir olma şartlarını yeterince yerine getirmediği ve bu nedenle bazı doğal çevre üzerinde bazı sorunların ortaya çıktığı görülmektedir. Bir yandan yavaş şehir konusu gündeme getirilirken diğer taraftan yapılaşma ve gürültü kirliliğinin ve büyük ölçekli otel inşaat sayısının artması, bir çelişki olarak görülmektedir. Görüşme yapılan bazı kişiler, turizm endüstrisiyle ilgili olarak gelecek dönemlerde olumlu bir gelişme beklememekte; bunun nedenleri arasında ise yörenin turizm hareketliliği bakımından doyum noktasına yaklaşmasının önemli bir risk oluşturması gösterilmektedir. Bunun sonucunda da Seferihisar'ın Özdere, Çeşme ya da Kuşadası gibi yörelerde daha önceden görülen benzer sıkıntılara sahip olabileceği dile getirilmektedir.

Daha önceden kendi içine kapalı bir toplum olduğu dile getirilen Seferihisar halkı, sonrasında dışarıya açılma gereksinimi duymuştur. Bunun üzerinde, eğitim düzeyi daha yüksek kimselerin göç ederek ilçede yaşamaya başlamaları, gelen ziyaretçi sayısında nitel ve nicel artış ve yılda bir kez ücretsiz düzenlenmeye başlanan sinema günlerinin etkili olabileceği söylenebilir. Yerel halkın organik üretimde yer alması, ev pansiyonculuğunun gelişmesi, kadınların hediyelik eşya bağlamında üretime girmeleri, sonuçta halkın turizm bilincinin gelişmesine ve sahip olunan geleneksel değerlerin korunmasına neden olmaktadır. Bu durum ise yöre halkı tarafından olumlu bir gelişme olarak değerlendirilmektedir. Bunun yanı sıra gelişen her yörede gözlemlendiği gibi artan hareketlilik sonucunda, yerel halkın turizm endüstrisini gelir getiren bir kapı gibi görmeye başlamasıyla birlikte sahip olunan geleneksel yapının yerini ticarileşmenin alması, bunun sonucunda da sosyal dayanışmanın bozulması ve turist-halk ilişkilerinin daha çok ekonomik anlamda önem kazanması gibi tehlikelerin olabileceği de gözden uzak tutulmamalıdır. Bu konuda, hem kamu ve özel yöneticilerine hem de halka önemli sorumluluklar düşmektedir.

Son olarak, araştırmanın kısıtları arasında birkaç önemli konuyu belirtmek yeterli olacaktır. Birincisi, bu çalışma sadece İzmir'e bağlı bir ilçe olan Seferihisar şehrinde uygulamaya başlanan yavaş şehir örneğini incelemektedir. İkinci olarak, çalışmanın örneklemini Seferihisar'da yaşayan yerel halkın ya-

nı sıra burada ticaret ile uğraşan bazı esnaf grubu oluşturmaktadır. Veri toplama aşaması nitel araştırma yöntemleri ile sınırlandırılmıştır. Dolayısıyla, araştırmadan elde edilen bulgular ışığında, Türkiye ya da Dünya genelinde bir genelleme yapmak doğru olmayabilir. Bu nedenle, gelecek yıllarda benzer bir konuda çalışma yapmak isteyen araştırmacıların, sonuçların benzerliğini test etmek için ulusal ya da uluslararası düzeyde farklı yavaş şehir örnekleriyle araştırma içeriğini zenginleştirmeleri, farklı gruplar arasında karşılaştırma yapabilmek için nicel araştırma yöntemlerinden yararlanmaları ve daha sağlıklı sonuçlara ulaşabilmek için katılımcı gözlem gibi yöntemleri kullanmaları önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Ap, J. (1992). Residents' Perceptions on Tourism Impacts, *Annals of Tourism Research*, 19(4): 665-690.
- Arslan, Ş. ve Kutsal, Y.G. (1999). Geriatriye Yaşam Kalitesinin Değerlendirilmesi, *Geriatride Dergisi*, 2 (3): 103-114.
- Bilgi, M.G. (2013). Türkiye'nin Sakin Şehirlerinde Permakültürel Koruma, Planlama, Yönetim ve Eğitim Pratikleri, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29: 45-59.
- Bramwell, B. ve Sharman, A. (2006). Approaches to Sustainable Tourism Planning and Community Participation, *İçinde Tourism and Sustainable Community Development*, D. Hall ve G. Richards (Editörler), New York: Routledge.
- Campbell, A., Converse, P.E., ve Rodgers, W.L. (1976). *The Quality of American Life: Perceptions, Evaluations, and Satisfaction*. New York: Russell Sage Foundation.
- Cittaslow International, <http://www.cittaslow.net/download/>, Erişim tarihi: 5 Nisan 2012.
- Cittaslow Türkiye, <http://www.cittaslowturkiye.org/cittaslow-turkiye.html>, Erişim tarihi: 21 Ekim 2013.
- Çetin, T. (2009). Beypazarı'nda Turist-Yerel Halk Etkileşimi ve Turizmde Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Etkileri, *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 9 (1): 15-32.
- Dogan, H.Z. (1989). Forms of Adjustment: Socio cultural Impacts of Tourism, *Annals of Tourism Research*, 16 (2): 216-236.
- Doğutürk, G. (2010). Mimari ve Yaşam Kalitesi Bağlamında Yavaş Şehir Hareketi ve Seferihisar Örneği, *(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*, İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Eceral, T. ve Özmen, C. A. (2009). Beypazarı'nda Turizm Gelişimi ve Yerel Ekonomik Kalkınma, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (2): 46-74.
- Ekşioğlu, A.Y. (2011). Kentsel Yaşam Kalitesi ve İstanbul Örneği, *(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ergüven, M. H. (2011). Cittaslow-Yaşamaya Değer Şehirlerin Uluslararası Birliği: Vize Örneği, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3c(2): 201-210.
- Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. ve Wanhill, S. (2013). *Tourism: Principles and Practice*. 5. Baskı, Londra: Pearson.
- Fullagar, S., Wilson, E. ve Markwell, K. (2012). Starting Slow: Thinking Through Slow Mobilities and Experiences, *İçinde Slow Tourism: Experiences and Mobilities*, S. Fullagar, E. Wilson ve K. Markwell (Editörler). Bristol: Channel View Publications.
- Geray, C. (1998). Kentsel Yaşam Kalitesi ve Belediyeler, *Türk İdare Dergisi*, 421: 323-346.
- Kabadayı, H. (2006). Yaşam Kalitesi ve Kullanıcı Memnuniyetinin Kentsel Tasarımdaki Etkisine Çok Boyutlu Yaklaşım *(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*, İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Karabağ, O., Yücel, F. ve İnal, M. E. (2012). Cittaslow Movement: An Opportunity for Branding Small Towns and Economic Development in Turkey, *International Journal of Economic Research*, 3c(3): 64-75.
- Keskin, E.B. (2010). Sürdürülebilir Kent Kavramına Farklı Bir Bakış Olarak Yavaş Şehirler (Cittaslow): Seferihisar Örneği *(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*, Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Knox, P.L. (2005). Creating Ordinary Places: Slow Cities in a Fast World, *Journal of Urban Design*, 10 (1):1-11.
- Koçak, H. (2008). *Kentsel Yaşam Kalitesinin Geliştirilmesi İçin Stratejik Çalışma Alanları-I. Belediye Vizyonu*. İstanbul: Okutan Yayıncılık.
- Kozak, M. (2013). Giriş. *İçinde Sürdürülebilir Turizm: Kavramlar-Uygulamalar*. M. Kozak (Editör), ss. 1-12. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M.A. ve Kozak, M. (2013). *Genel Turizm: İlkel-Kavramlar*, 13. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Liu, J.c.C. ve Var, T. (1986). Resident Attitudes Toward Tourism Impacts in Hawaii, *Annals of Tourism Research*, 13c(2):c193-214.
- Marans, R. (2007). Kentsel Yaşam Kalitesinin Ölçülmesi, Çev: Handan Dülger Türkoğlu, *Mimarlık Dergisi*, 335. <http://www.mimarlikdergisi.com>, Erişim Tarihi: 14 Haziran 2013.
- Mayer, H. ve Knox, P.L. (2006). Slow Cities: Sustainable Places in a Fast World, *Journal of Urban Affairs*, 28 (4): 321-334.
- Mutdoğan, S. (2010). Seferihisar Örneğinde Sakin Şehir Hareketi / *Understanding the Cittaslow Movement Through a Seferihisar – Case Study Gren Age Symposium*, ss. 1-10. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, 6-8 Aralık 2010, İstanbul.
- Neal, J., Uysal, M. ve Sirgy, M. (2007). The Effect of Tourism Services on Travelers' Quality of life, *Journal of Travel Research*, 46: 154-163.
- Öksüz, E. ve Malhan, S. (2005). *Sağlığa Bağlı Yaşam Kalitesi: Kalitemetri*. Ankara: Başkent Üniversitesi.
- Özdemir, S. (2012). Kırsal Kalkınmada Kırsal Turizmde Yararlanma Olanakları: Gökçeada Örneği, *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23): 19-21.
- Sapancalı, F. (2009). *Toplumsal Açından Kentsel Yaşam Kalitesi*. İzmir: Altın Nokta Basın Yayın.

- Szalai, A. (1980). The Meaning of Comparative Research on the Quality of Life. İçinde *The Quality of Life*, A. Szalai ve F. Andrews (Editörler) Beverly Hills, California: Sage.
- Tağmat, T. S. (2007). Mimarlık ve Yaşam Kalitesi: Avrupa'da Kentsel Yaşam Kalitesi Yaklaşımları, *Mimarlık Dergisi*, 335, <http://www.mimarlikdergisi.com>, Erişim tarihi: 14 Haziran 2013.
- Türkiye İstatistik Kurumu Nüfus ve Vatandaşlık İşleri Genel Müdürlüğü Haber Bülteni (2013), Sayı: 13425, 20 Ocak.
- Uslu, A. (2009). Sürdürülebilir Yeşil Kent Fikirleri, Örnekleri ve Türkiye İçin Dersler, 21. *Uluslararası Yapı ve Yaşam Kongresi Bildiriler Kitabı*, Bursa: TMMOB Mimarlar Odası Yayını.
- Üçer, A.G. (2009). Kentsel Yaşam Kalitesinin Belediye Hizmetleri Kapsamında Belirlenmesine ve Geliştirilmesine Yönelik Bir Yaklaşım: Orta Ölçekli Kent Örnekleri (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*), Ankara: Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Veenhoven, R. (2000). The Four Qualities of Life, Ordering Concepts and Measures of the Good Life, *Journal of Happiness Studies*, 1: 1-39.
- Von Kamp, I., Leidelmeijer, K., Marsman, G. ve de Hollander, A. (2003). Urban Environmental Quality and Human Well-being towards a Conceptual Framework and Demarcation of Concepts; A Literature Study, *Landscape and Urban Planning*, 6: 5-18.
- Yıldız, H.T. (2007). Kentsel Yaşam Kalitesi: Kuram, Politika ve Uygulamalar, *Mimarlık Dergisi*, 335: 27. <http://www.mimarlikdergisi.com>, Erişim tarihi: 14 Haziran 2013.
- Yurtseven, H. R. ve Kaya, O. (2011). Slow Tourists: A Comparative Research Based on Cittaslow Principles, *American International Journal of Contemporary Research*, 1 (2): 91-98.
- Whittemore, R., Chase, S. K. ve Carol, L. M. (2001). Validity in Qualitative Research, *Qualitative Health Research*, 11 (4): 522-537.

Amik Ovası'nın Tarım (Agro) Turizmi Potansiyelinin Coğrafi Yaklaşım İncelenmesi

Investigation of Agriculture (Agro) Tourism Potential of Amik Plain with Geographical Perspective

Emre ÖZŞAHİN*, **Çağlar Kıvanç KAYMAZ****

* Yrd. Doç. Dr., Namık Kemal Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, 59030, Süleymanpaşa, Tekirdağ
E-posta: eozsahin@nku.edu.tr

** Arş. Gör., Atatürk Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, 25000, Merkez, Erzurum.
E-posta: ckkaymaz@gmail.com

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 13 Ekim 2013

Birinci değerlendirme: 24 Aralık 2013

İkinci değerlendirme: 10 Ocak 2014

Kabul: 27 Şubat 2014

Anahtar sözcükler:

Turizm coğrafyası,

Tarım coğrafyası,

Tarım turizmi,

Amik ovası, Hatay.

ÖZ

Dünyada gün geçtikçe önem kazanan turizm etkinliklerinden biri de tarım (agro) turizmidir. Son zamanlarda bu turizm, başta gelişmekte olan ülkelerde hem kırsal kalkınmanın sağlanabilmesi hem de biyolojik çeşitlilik ve ekosistemi korumaya katkıda bulunmak amacıyla desteklenmekte ve teşvik edilmektedir. Bu çalışmada Amik Ovası'nın tarım turizmi potansiyelinin coğrafi açıdan incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla ovanın tarım turizmine uygun potansiyel alanları tespit edilmiş ve tarım turizmi potansiyeli değerlendirilmiştir. Amik Ovası için tarım turizmi kapsamında öncü bir çalışma olan bu yayın, daha çok tanıtım ve planlamalar için önem taşımaktadır. Çalışmanın tematik haritaları, ilgili alanyazın, çeşitli haritalar ve veriler kullanılarak Çok Kriterli Karar Verme Yöntemi'ne göre Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) teknikleriyle işlenerek oluşturulmuştur. Elde edilen veriler arazi çalışmalarına kontrol edilmiş ve SWOT analiziyle tutarlılıkları ölçülmüştür. Sonuçta Amik Ovası'nın sahip olduğu doğal ortam özelliklerinin çok yüksek bir tarım turizmi potansiyeli barındırdığı anlaşılmıştır. Çalışmada yapılan analizler sonucunda ovanın %99'unun tarım turizmine en uygun ve uygun alanlardan oluştuğu tespit edilmiştir. Ancak ovada tarım turizmiyle ilgili herhangi bir gelişme yoktur. Bu bağlamda öncelikli olarak ovanın tarım turizmi planlaması yapılmalıdır. Ayrıca yapılacak çalışmalarda yerel halkın da katılımı sağlanmalı, eğitimler verilmelidir.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 13 October 2013

Resubmitted: 24 December 2013

Resubmitted: 10 January 2014

Accepted: 27 February 2014

Key words:

Tourism geography,

Agricultural geography,

Agricultural Tourism,

Amik Plain, Hatay.

ABSTRACT

One of tourism activities gaining importance day by day in the world is agriculture (agro) tourism. Recently, this tourism, in order to contribute to ensuring rural development, as well as protecting of biodiversity and ecosystem is supported and encouraged particularly in developing countries. In this study, it is aimed to valuation of agro tourism potential of Amik Plain in geographical terms. The article, which is a pioneering study for the scope of agro tourism of Amik Plain, is preferably important for the promotion and planning. Thematic maps of the study are created by Geographic Information Systems (GIS) techniques according to Method of Multi-criteria Decision Making in terms of subject matter and scope the relevant literature addition to using a variety of maps and data. Obtained data's were tested by land studies and consistencies were measured by SWOT analysis. Eventually, it appears that characteristics of the natural environment of the Amik Plain has a very high potential for agro tourism. In the study, it has been identified to 99% of The Plain was formed from the most appropriate and appropriate areas for agro tourism, as a result of the analysis. However, there has not been any activity about the scope of related tourism on the plain. In this context, agro tourism planning of plain should be made, primarily. Furthermore, for further studies, encouraging and informative meetings should be done with ensuring the participation of the local people.

GİRİŞ

Son yıllarda dünyanın en önde gelen ekonomik sektörlerinden biri haline gelen turizme olan talep her geçen gün artmaktadır (Soykan 2000; Çıkın vd. 2009). Bu artış; turizmin mekânsal yayılış özellikleri, mekân üzerindeki etkileri, ortaya çıkan turistik alan ve bölgelerin tespiti ve gruplandırılması, arazinin kullanım kapasitesinin belirlenmesi için ölçütlerin araştırılması ve korunması ile ilgili ön-

lemlerin alınmasını gerekli kılmaktadır (Kozak vd. 2001). Bu durum turizm coğrafyasının önemini arttırmaktadır. Turizm coğrafyasının turizm için en önde gelen işlevinden biri de planlama çalışmalarına yardımcı olmaktır. Bilhassa turistik yörelerin belirlenmesinde ve öncelikli alanların seçimi ile turizm türlerinin planlanmasında turizm coğrafyasından en etkin bir şekilde yararlanılmaktadır (Soykan 2000).

Günümüzde uluslararası turizm hareketlerindeki artışa bağlı olarak meydana gelen talepler, turizmin yanında tarım sektörünün gelişmesine de neden olmuştur (Olalı ve Timur 1988; Türkben vd. 2012). Bu durum, çevrenin doğal ve beşeri koşullarıyla tarımsal etkinlikler arasındaki ilişki kuran (Doğanay ve Coşkun, 2012) tarım coğrafyasını da etkilemiş ve tarım turizminin ön plana çıkmasını da beraberinde getirmiştir (Kiper ve Arslan 2007; Çıkın vd. 2009; Özdede 2012). Böylece bu turizm türü ulusal ve uluslararası girişimlerle içeriği zenginleştirilerek dünyanın en hızlı büyüyen sektörlerinden biri olmuştur (Wacher 2006). Kırsal turizmin bir alt dalı olarak ortaya çıkan tarım turizmi (Nilsson 2002), tarımsal konularla alakalı her türlü bilgi ve pratik uygulamalarla birlikte turistlere gezme, öğrenme ve keşfetmenin zevkine varabilecekleri çeşitli kırsal aktiviteler sunar (Woo ve Yeon 2006). Bu bakımdan genellikle kırsal çevreye bağlı olan kırsal turizmin (Soykan 1999; 2002; 2003a) aksine, tarım turizmi ekili alana ve çiftçiye bağlıdır. Burada asıl önemli olan, tarımsal alanlardaki konaklama ve yeme-içme imkânlarının aynı anda hem tarım hem de turizm amaçlı kullanılabilmesidir (Nilsson 2002; Özdede 2012).

Dünyada tarım turizmi giderek yaygınlaşmakta ve bu durum planlı-projeli çalışmaların yapılmasını gerekli kılmaktadır (Ak 2006; Türkben vd. 2012). Ancak ne yazık ki Türkiye'nin Dünya coğrafyasında birçok ülkeye göre kültürel ve doğal kaynaklarının daha zengin olmasına rağmen, tarım turizminde onlardan faydalanamamaktadır (Türkben vd. 2012).

Bu çalışmada Amik Ovası'nın tarım turizmi potansiyelinin coğrafi yaklaşımla incelenmesi amaçlanmıştır. Bu çerçevede; *"Amik Ovası tarım turizmine elverişli midir? Bu ovada tarım turizmi faaliyetleri yapılabilir mi? Ovanın hangi coğrafi özellikleri tarım turizmi açısından önemlidir? Ovada tarım turizmi potansiyelinin temel unsurları nelerdir? İnceleme alanında tarım turizmi potansiyelinin dağılışı nasıldır? Bu dağılıfta etkili olan faktörler nelerdir?"* şeklindeki araştırma sorularına yanıtlar aranmıştır.

Çalışmanın önemi, öncelikle Amik Ovası için tarım turizmi kapsamında yapılan öncü bir çalışma olmasından kaynaklanmaktadır. Bilhassa bu yayın, daha çok tanıtım ve planlamalar için önem taşımaktadır. Ayrıca elde edilen bulgular ve sonuçlar, konu hakkında kuramsal çalışmalara ve hipo-

tezlerin geliştirilmesine yardımcı olabileceği gibi tarım turizminde çalışacak bilim insanlarına da bir kaynak teşkil edebilecektir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Amik Ovası'nın tarım turizmi potansiyelinin coğrafi açıdan incelenmesinin amaçlandığı bu çalışmanın kuramsal çerçevesini tarım turizmi oluşturmaktadır. Bu turizm türü yirminci yüzyılın başlarından beri dünya alanyazınında tartışılmaktadır (Busby ve Rendle 2000; McKenzie ve Wysocki 2002; Wicks ve Merrett 2003; Gil Arroyo vd. 2013). Bu konu kapsamında birçok çalışma yapılmış ve bu turizm türü çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Irsahad (2010) tarım turizmini, en temel kırsal turizm şekli olarak tanımlamıştır. Clarke (1999), Busby ve Rendle (2000), Nickerson vd. (2001), Nilsson (2002) tarım turizminin kırsal turizmin bir alt dalı olup çiftliğe ve çiftçiye dayanmakta olduğunu altını çizmişlerdir. Przeborska (2003) tarım turizmini, tarım ya da çiftlik işleriyle ilgili olarak yapılan her türlü turizm ve rekreasyon aktiviteleri olduğunu belirtmiştir. Ilbery vd. (1998), Fleischer ve Tchetchik (2005) ve Veeck vd. (2006), tarım turizminin faaliyetteki bir çiftlikte ziyaretçilerin tatil amacına uygun olarak yerine getirdiği çiftlik aktivitelerini açıklamak için kullanılan bir terim olduğunu açıklamışlardır. Sharpley ve Vass (2006), tarım turizminin ekonomik amaçlı olarak turizmde çeşitleme yaparak kırsal gelişmede bir katalizör görevi üstlenmekte olduğunu belirtmişlerdir. Kizos ve Iosifides (2007) ise tarım turizmini kırsal alanlarda tarımla uğraşan insanların, küçük ölçekli aile çiftliklerinin geliştirdiği turistik aktiviteler olarak nitelendirmişlerdir. Bütün bu tanımlamalara göre tarım turizmi köylerde tarımla uğraşanlara ek kazanç sağlamak amacıyla tarım veya tarımsal faaliyet alanlarına ziyaret, günlük işlere dahil olma, konaklama, eğlenme, alış-veriş ve eğitimsel amaçla katılımı içine alan aktivitelerin biri veya birkaçını kapsayan turizm türü şeklinde tanımlanabilir (Shaw ve Williams 2002; Türkben vd. 2012). Gerek uluslararası gerekse ulusal alanyazında birçok bilim insanı tarafından üzerinde farklı düşünce ve bulgular beyan edilmiş olan tarım turizmine olan ihtiyaç, gün geçtikçe artmaktadır. Bu durum konuyla alakalı olarak daha yeni ve modern çalışmaların yapılmasını gerektirmektedir. Bu bağlamda Türkiye'nin en önemli ovalarından biri olan Amik Ovası örneğin-

de tarım turizmine uygun potansiyel alanların tespit edilmesi ve potansiyelinin değerlendirildiği bu çalışmanın yapılması da zaruri bir durum şeklini kazanmıştır.

İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Son yıllarda tarım turizmi konusunda hem dünyada (Weaver ve Fennell 1997; Busby ve Rendle 2000; Przeborska 2003) hem de Türkiye’de (Soykan 2003a; Gündüz 2004; Kiper ve Arslan 2007; Çıkcın vd. 2009; Türkben vd. 2012; Hurma vd. 2012; Selvi ve Demirer 2012) yapılan çalışmalar artmıştır. Bilhassa dünyada bu konuda üzerine çok farklı disiplinler tarafından değişik çalışmalar yapılmıştır. Hjalager (1996), tarımsal işletmelerdeki kırsal turizmin etkilerini tartışmıştır. Clarke (1999), tarım turizminin pazarlama konusundaki yaklaşımını ele almıştır. Aikaterini vd. (2001), Yunanistan’daki tarım turizmi konusundaki politikaların gelişiminde bir gösterge kabul edilen Midilli Adası’ndaki tarım turizmi uygulamalarını açıklamıştır. Nickerson vd. (2001), Amerika’daki küçük aile çiftliklerinin alternatif yatırım amacıyla turizme açıldıklarını ve bunun muhtemel nedenlerini tartışmışlardır. Iakovidou vd. (2001), Orta Makedonya Kerkin Dağı bölgesinde bulunan Selanik’teki potansiyel ziyaretçilerin alternatif turizm biçimi olarak tarım turizmini seçmelerinin nedenlerini ve özelliklerini tanımlamışlardır. Loureiro ve Jervell-Moxnes (2004), Norveç’teki tarım turizmi aktivitelerine kabul edilen işletmelerin finansal durumunu ve sosyo-demografik faktörlerin oynadığı rolü tartışmışlardır. Herrera Catalino ve Lizardo (2004), tarım ve turizm arasındaki bağlantıyı analiz etmişler ve bütüncül bir anlamda, tarımın yerel, bölgesel, ulusal ve küresel sürdürülebilir kalkınmaya katkısı, bunun yanı sıra diğer turizm ile rekabet yeteneğini geliştirmek için potansiyel rollerini değerlendirmiştir. Fleischer ve Tchetchik (2005), çalışma çiftliklerindeki kırsal turizm işletmelerinin tarımsal aktivitenin olmadığı işletmelerden nasıl bir farklılık gösterdiğini araştırmışlardır. Veeck vd. (2006), 300 tane istatistiksel analiz ve araştırmaya dayalı olarak Michigan’da bulunan tarım turizmi işletmelerindeki başarılı işletmelerle ilişkili faktörleri özetlemişlerdir. Kizos ve Iosifides (2007), Yunanistan’daki tarım turizminin gelişme durumu hakkında genel bir değerlendirmede bulunmak için üç farklı örnek alan (Lesvos, Magnesia ve Lefkada) seçerek, karşı-

laştırma yapmışlardır. Klein vd. (2007) ise çiftliğe gelen ziyaretçilerin çevre üzerindeki olası kirletici ve tahrip edici etkilerini vurgulamışlardır. Plummer vd. (2008), Ontario çiftliklerini incelemişler, bu çiftliklerin düzenlenmesi ve idaresi kavramları üzerinde durmuşlardır. Albaladejo-Pina ve Dí’az-Delfa (2009), köy ve çiftlik gibi kırsal destinasyonlardaki konaklama evlerinin tipi ve kendine has özelliklerinin turistlerin tercihlerini nasıl etkilediğini araştırmışlardır. Henderson (2009), son zamanlarda tarım turizmine yoğun ilginin yaşandığı Singapur örneğinde tarım turizmi kavramını ve uygulamalarını tartışmıştır. Yang vd. (2010), Çin’in başkenti Pekin’deki büyük ölçekli bir tarım turizmi işletmesi olan Xiedao Green Resort’ın 2004-2008 dönemine ait performansını tanımlamışlar ve analiz etmişlerdir. Gil Arroyo vd. (2013), farklı coğrafi ve tarımsal özelliklere sahip olmasına rağmen tarım turizminin gelişim seviyesinin benzer olduğu ABD’nin Missouri ve Kuzey Carolina eyaletlerinde bu turizmin karakterini ve paydaşlarının katılımını incelemişlerdir. Flanigan vd. (2014), araştırmalarında İskoçya genelinde yirmi beş yerde tarım turizmi sağlayıcılarını ve ziyaretçilerin tarım turizmine bakış açılarını incelemişlerdir.

Türkiye’de ise dünyadaki eğilime benzer bir şekilde tarım turizmi konusunda yapılan çalışmalar her geçen gün artmaktadır. Tarlak (2007), çiftlik turizminin bölgesel tanıtıma olan etkisini tartışmıştır. Karabati vd. (2009), Burdur’un Ağlasun Köyü örneğinde yerel toplum üzerinde tarım turizminin temel sosyo-ekonomik etkilerini araştırmışlardır. Çıkcın vd. (2009), tarım turizminin gelişmesi ile turizmin tarımsal turizm üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini teorik olarak açıklamaya çalışmışlardır. Kılıç ve Kurnaz (2010), Muğla ilindeki Pastoral Vadi Ekolojik Yaşam Çiftliği’ndeki tarım turizmi uygulamalarını nitel araştırma yöntemlerinden örnek olay metodu ile incelemişlerdir. Türkben vd. (2012), Türkiye’de bağcılık yapılan bazı yörelerin tarım turizmi içinde bağcılığın yeri ve önemini ortaya koymaya çalışmışlardır. Selvi ve Demirer (2012), Hindiba Pansiyon ve Özlü Ailesi ekolojik tatil çiftlik işletmelerinde “Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi ve Gönüllü Bilgi, Tecrübe Takası” olarak bilinen ve kısa adı “TATUTA” (Tarım-Turizm-Takas) olan projenin uygulanmasını ve amacına ne derecede ulaştığı sorgulamışlardır. Yavuzaslanoğlu ve Yavuz (2012), Karaman ilinin tarım turizmi yönünden

potansiyelini incelemişlerdir. Çavuşoğlu (2012), Bozcaada'da üzüm tarımı ve üzümlerin işlenmesi ile uğraşan üreticilerin, sahip oldukları potansiyellerini, ada halkının binlerce yıllık üzüm tarımı tecrübesiyle birleştirerek, günümüzde oldukça rağbet gören tarım turizm aktivitesine dönüştürmeleri gerekliliğini ortaya koymaya çalışmıştır. Gökalp ve Yazgan (2013), kırsal peyzajı planlamada agro ve agri turizm farkı, uygulama şartları, genel özellikleri, Türkiye açısından turizm potansiyeline olan katkıları ve önemlerini incelenmişlerdir.

Yukarıda özetlenen alanyazın ışığında tarım turizmi konusunda yapılan çalışmaları ana başlıklar olarak tarım turizmi pazarlaması (Clarke 1999; Nickerson vd. 2001; Gossling ve Mattson 2002; Soykan 2003a; Loureiro ve Jervell-Moxnes 2004; Çıkin vd. 2009; Albaladejo-Pina ve Dı'az-Delfa 2009), çiftlik turizmi kapsamında yapılan aktiviteler (Busby ve Rendle 2000; Aikaterini vd. 2001; Douglas vd. 2001; Coomber ve Limb 2004; Herrera Catalino ve Lizardo 2004; Fleischer ve Tchetchik 2005; Vecek vd. 2006; Kizos ve Iosifides 2007; Tarlak 2007; Klein vd. 2007; Plummerw vd. 2008; Kılıç ve Kurmaz 2010; Yang vd. 2010; Türkben vd. 2012; Selvi ve Demirer 2012; Çavuşoğlu 2012), bölgesel tanıtıma olan etkileri (Hjalager 1996; Gündüz 2004; Karabati vd. 2009; Hurma vd. 2012; Gökalp ve Yazgan 2013; Gil Arroyo vd. 2013; Flanigan vd. 2014) ve tarım turizmi potansiyelinin saptanması (Sharpley ve Sharpley 1997; Senes ve Toccolini 1998; Iakovidou vd. 2001; Topay 2003; Kiper ve Arslan 2007; Henderson 2009; Yavuzaslanoğlu ve Yavuz 2012) konuları üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Bu çalışma ise hem çalışma alanı hem çalışmada kullanılan yöntem ve teknikler hem de izlenen yol bakımından ilgili çalışmalardan farklıdır.

YÖNTEM

Herhangi bir alanda turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi, turizme açılması ve turistik amaçla pazarlanabilmesi için envanter çalışmalarla mevcut potansiyelin belirlenmesi gerekmektedir (Efe vd. 2008). Bu tür çalışmalarda potansiyelin belirlenmesi Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) kullanılarak hazırlanan haritalar üzerinden gerçekleştirilmektedir (Ndubisi 2002; Tozar 2006). Zira CBS ile potansiyel alanlar tespit edilip (Turoğlu ve Özdemir 2005), çeşitli planlamalar yapılabilmektedir (Ölgen 2003;

Kaymaz ve Özşahin 2013). Amik Ovası için de böyle bir yol izlenmiştir.

Çalışmada yöntem olarak *Çok Kriterli Karar Verme Yöntemi* kullanılmıştır. Bu yöntem, etki eden faktörlerin teorik olarak sınıflandırılması ve duyarlılığa neden olduğu tespit edilen faktör haritalarının çakıştırılarak, duyarlılık sınıflarının yoğunluklarının ve mekânsal dağılımlarının elde edilmesi esasına dayanmaktadır (Koday vd. 2013). Pratik doğası gereği; kaynak tahsisi, tahmin, risk analizi, planlama, performans yönetimi vb. çok çeşitli alanlardaki çalışmalarda uygulanmıştır (Çınar 2004). Tarım turizmi açısından daha çok planlama ve potansiyel belirleme amaçlı olarak kullanıma uygundur. Zira Topay (2003), Bartın Uluyayla'yı; Gündüz (2004), Ankara ilinin Kalecik ilçesini; Kiper ve Arslan (2007) ise Safranbolu Yörüköyü'nü örnek alan çalışmalarıyla bu tür uygulamalar gerçekleştirmişlerdir.

Bu çalışmada ilgili yöntem Saaty (1980) tarafından önerilen (1-9) puanlı tercih ölçeğinden yararlanılarak yapılan puanlama sistemine göre uygulanmıştır. Puanlama ölçeği Kiper ve Arslan (2007) tarafından belirlenen en uygun (9-6), uygun (6-3) ve uygun olmayan (3-1) sonuç sınıfı kategorisinde değerlendirilmiştir. Bu aşamada belirlenen parametrelerin puanları işlenerek 10x10 m çözünürlüğünde raster haritalar oluşturulmuştur. Daha sonra ilgili haritalar bir araya getirilerek tarım turizmüne uygun potansiyel alanlar haritası elde edilmiştir.

Çalışmada değerlendirilen parametrelere ait materyaller, çok farklı kurum ve kuruluşlardan elde edilen verilerden temin edilmiştir. Bu amaçla Harita Genel Komutanlığı'ndan elde edilen 1/25.000 ölçekli topografya haritalarından yağış, eğim, yerleşme yoğunluğu akarsulara ve yollara uzaklık, Kılıç vd. (2008) ile Kılıç'tan (2011) toprak ve arazi kullanımı, T.C. Devlet Meteoroloji İşleri Genel Müdürlüğü'nden temin edilen Antakya (1970-2011), Samandağ (1970-2011), Altınözü (1986-1993), Reyhanlı (1988-1990), Kırıkhan (1970-2005), Hassa (1976-2004) ve İslahiye (1975-2010) meteoroloji istasyonlarının uzun yıllara ait iklim verilerinden sıcaklık ve yağış, Kaymaz ve Özşahin'den de (2013) turistik çekiciliklere uzaklık parametrelerine ait veriler alınmıştır. Bütün bu materyaller CBS destekli olarak ArcGIS/ArcMap 10 paket programında yöntem içeriği doğrultusunda kullanılmıştır. Bundan sonraki aşamada ise elde edilen veriler, gözlem ve

görüşmelere dayalı olarak yürütülen saha çalışmalarıyla yerinde denetlenmiştir. Nihai aşamada ise elde edilen sonuçlar SWOT analiziyle değerlendirilmiştir.

ANALİZ VE BULGULAR

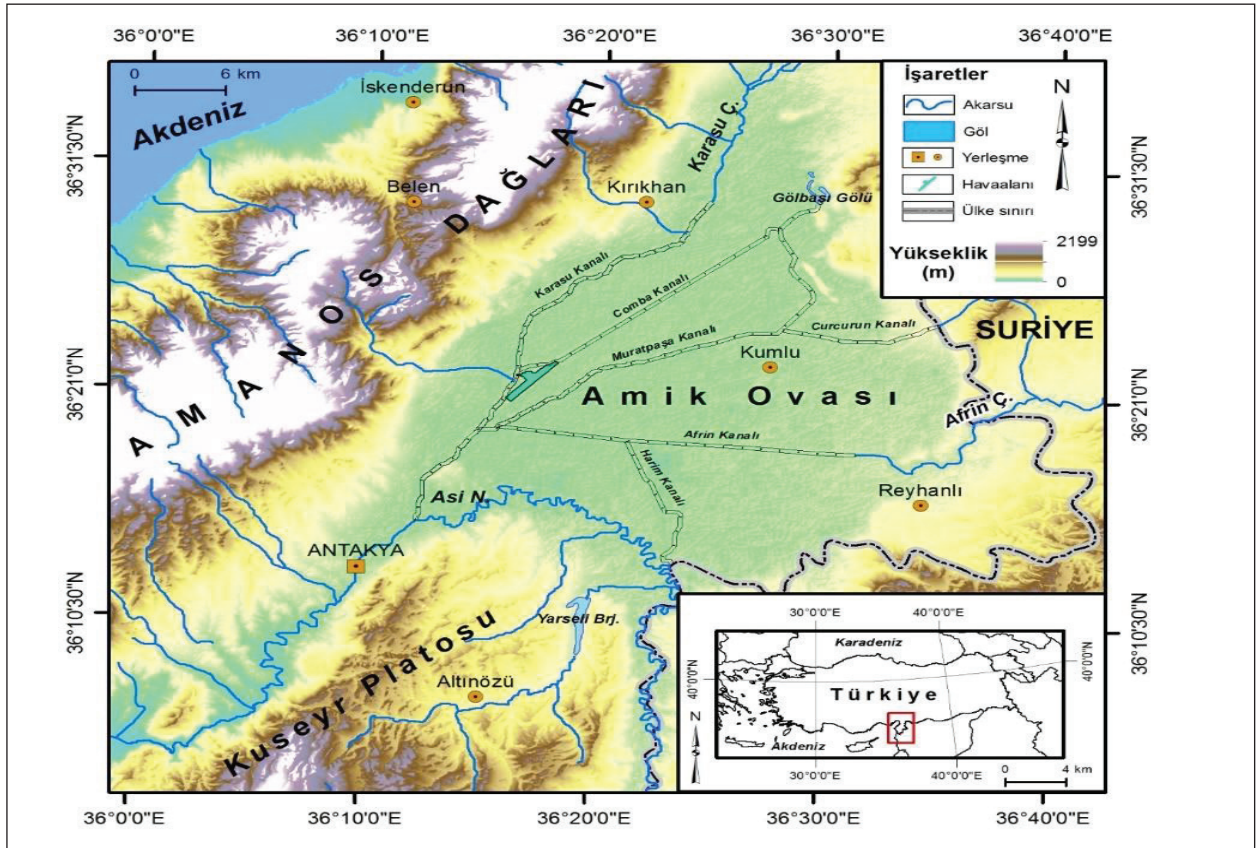
Bu bölüm, öncelikle "Amik Ovası'nın Konumu, Tarım Turizmi Özellikleri ve Çekicilikler", daha sonrada "Coğrafi Bakış Açısıyla Amik Ovası'nın Tarım Turizmi Potansiyeli" olmak üzere iki konu başlığı halinde irdelenmiştir. İlk konu başlığı altında yapılacak açıklamaların ilk bakışta tarım turizmi ile alakası olmadığı düşünülebilir. Ancak bir alanın turizm potansiyelinin ölçülebilmesinde gerekli olan analiz ve teşhis aşamasının tamamlanması için mevcut durumun ortaya konması gerekmektedir (Soykan 2003b). İkinci konu başlığı ise turizm potansiyelini saptamanın aşamaları göz önünde bulundurularak kendi içinde üç farklı bölüme ayrılmıştır. Analiz aşaması, tarım turizmi potansiyelinin temel unsurları (arz kaynakları) ve tarım tu-

rizmine uygun potansiyel alanların belirlenmesiyle gerçekleştirilmiştir. Teşhis aşaması ise tarım turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi kapsamında açıklanmıştır.

Amik Ovası'nın Konumu, Tarım Turizmi Özellikleri ve Çekicilikler

İnceleme alanı, Doğu Akdeniz havzasında, Türkiye'nin en güneyindeki Hatay ili sınırları içinde yer alan Amik Ovası'na karşılık gelmektedir (Şekil 1). Ova; Coğrafi Koordinat Sistemi'ne göre $36^{\circ} 13' 04''$ - $36^{\circ} 29' 55''$ kuzey (N) enlemleri ile $36^{\circ} 11' 37''$ - $36^{\circ} 14' 59''$ doğu (E) (UTM Zon 37K-WGS84) boylamları arasında bulunur. Kuzeyden Karasu Lav Platosu, batıdan Amanos Dağları, güneyden Kuseyr Platosu ve doğudan da Suriye ile çevrelenmiştir (Şekil 1).

Amik Ovası'nın sulu tarıma uygun yapısı, iklimi ve doğal kaynakları, prehistorik dönemlerden günümüze kadar insan topluluklarının yerleştiği bir alan konumunu kazanmasına neden olmuş-



Şekil 1. Amik Ovası'nın Lokasyon Haritası

tur (Yener 2005; Korkmaz ve Gürbüz 2008; Pamir 2009). Bu bakımdan Anadolu'nun en eski yerleşim alanlarından biri olarak da değerlendirilmektedir (Korkmaz ve Gürbüz 2008 Özşahin ve Kaymaz 2014). Ova aynı zamanda güneyden kuzeye, doğudan batıya uzanan yolların kavşak noktasında bulunması nedeniyle erken dönemlerden itibaren yerleşim birimlerinin oluşması ve sürekliliği bakımından uygun doğal koşullar sunmuştur (Pamir 2009). Ovanın sunduğu doğal koşullar hem yerleşmelerin oluşmasına hem de tarımın binlerce yıldan bu yana yapılmasına olanak sağlamıştır. Bu zenginlik, günümüzde tarım turizmi için büyük bir potansiyeldir. Ancak bu potansiyel bugüne kadar kullanılmamış, buna karşılık ovada kuş gözlemciliği, tarihi turizm, inanç turizmi ve kaplıca turizmi yerini almıştır (Kaymaz ve Özşahin 2013). Aşağıda Amik Ovası'nın tarım turizmi potansiyelinin oluşmasında etkili olan doğal çevre koşulları değerlendirilmiştir.

İklim Özellikleri: Tarım turizminin yapılabilmesi için en önemli faktörlerden biri iklimdir. Tarımsal etkinlikler; sıcaklık, güneşlenme, rüzgâr, nem ve yağış gibi iklim elemanlarıyla yakından ilgili olup tarım etkinliklerinin gerçekleştirilmesi sıkı sıkıya iklim koşullarına bağlıdır (Doğanay ve Coşkun 2012). Karakteristik Akdeniz ikliminin etkilerinin görüldüğü Amik Ovası'nda (Koçman 1993; Çalışkan 2002; Varnacı 2008), kış mevsimi serin, nemli ve yağışlı, yaz mevsimi ise sıcak ve kurak bir özelliktedir (Korkmaz 2009). Ova ve çevresinde yıllık sıcaklık ortalaması 17,5-18,5 °C, yıllık ortalama toplam yağış miktarları ise 505,2-1078 mm arasındadır. Ortalama nispi nem oranı ise %69'dur (Varnacı, 2008).

Jeomorfolojik Özellikler: Tarım faaliyetleri, jeomorfolojik özelliklerin (yerçekillerinin) uygun olduğu arazilerde gerçekleştirilmektedir. Bu bakımdan ovalık alanlar, birinci derecede tarım arazilerini oluşturur. Tarım turizmi potansiyelinin saptanabilmesi için yerçekillerinin mahiyetinin bilinmesi gerekmektedir. Türkiye'nin en önemli ovalarından birini oluşturan (Karanlık vd. 2010) Amik Ovası'nın kuzey-güney uzunluğu 80-90 km, doğu-batı genişliği 2-35 km, yükseltisi ise 80-250 m arasında değişmektedir (Korkmaz 2009). Ovanın çevresindeki dağlardan inen akarsuların ova tabanıyla buluştukları kesimlerde, birikinti konileri ve yelpazeleri yayılış göstermektedir (Zor 2000; Varnacı 2008). Bu jeomorfolojik ünitelerin birleştiği sahalar

piedmont kuşağı şeklinde ortaya çıkmıştır (Özşahin ve Değerliyurt 2012).

Hidrografik Özellikler: Hidrografya, tarım alanlarının oluşumu ve tarım şekillerinin (kuru veya su) ortaya çıkmasında belirleyici bir etken olarak, tarım üzerinde doğrudan bir etki yapmaktadır. Bu durum dolaylı da olsa tarım turizmi potansiyelinin şekillenmesinde rol oynamaktadır. Amik Ovası, Asi, Karasu ve Afrin nehirlerinin getirdikleri alüvyonların birikmesiyle oluşmuş bir ovadır (Yener vd. 2000; Pamir 2009). Bu akarsular aynı zamanda vadileri aracılığıyla ovayı çevreleyen dağları ve tepelikleri keserek; Amik Ovası'nı Suriye'ye ve Akdeniz'e bağlayan doğal geçitlerdir (Pamir 2009). Ayrıca ovada, 1980 yılına kadar Amik Gölü var olmasına rağmen, günümüzde ise sadece bu gölün bir uzantısı olan (Korkmaz ve Gürbüz 2008; Korkmaz 2008) Gölbaşı Gölü yer alır.

Toprak Özellikleri: Toprak özellikleri, tarım üzerinde iklim kadar önemlidir. Zira toprak, tarımsal etkinliklerin temel ekonomik kaynağı ve çiftçilerin en önemli taşınmaz sermayesidir (Doğanay ve Coşkun 2012). Bu sebeple tarım turizmi potansiyelinin oluşmasında mühim bir husus olmaktadır. Amik Ovası, toprak özellikleri açısından değişik tür ve karakterde toprak gruplarının bulunduğu bir alandır (Kılıç vd. 2008). Ovada tarımsal üretimi etkileyen ve ürün çeşidi oluşmasını sağlayan, dolayısıyla tarım turizmüne destek veren tarım toprakları Entisol'lerdir (Alüvyal topraklar). Bu topraklar, mineral alterasyonunun çok düşük olduğu (Efe 2010) yeni oluşmaya başlayan genç topraklardır. Bu nedenle toprak horizonları gelişmemiştir (Atalay 2011). Ovada Entisol'lerin iki alt ordosu bulunur. Bunlardan ilki akarsuların taşıyıp, biriktirdikleri sedimentler üzerinde yer alan Fluvent, ikincisi ise eğimli sahalarda ana materyal üzerinde çok ince bir örtü şeklinde olan Orthent'tir. Her iki ordonun da ortak özelliği ana materyalin üzerinde ince bir A horizonunun yer almasıdır (Efe 1999). Fluvent'lerin buldukları sahaların düz ve düze yakın alanlar olması, Orthent'lere göre daha derin bir toprak yapısı göstermelerine neden olmuştur.

Arazi Kullanımı: Amik Ovası'nda farklı türlerde tarımsal arazi kullanım sınıflarının bulunması (Kılıç 2011), tarım turizmi potansiyelinin oluşmasında belirleyici bir rol oynamaktadır. Ovadaki güncel arazi kullanım şekillerinden seçkin tarım arazileri tarım turizmi bakımından kullanılabilir nitelikte-

Tablo 1. Hatay İlindeki Tarım Arazileri ve Sulama Durumu

Hatay İli Arazi Sulama Durumu	Tarım Arazisi (ha)	Sulanması Ekonomik Olmayan Arazi (ha)	Sulanabilir Toplam Arazi (ha)	Sulanabilir Ancak Sulanmayan Arazi (ha)	Sulanan Toplam Arazi (ha)
	275,578	69,025	206,553	30,038	176,515

Kaynak: Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Hatay İl Müdürlüğü 2013.

dir. Ovadaki seçkin tarım arazileri tarımsal anlamda ovanın asıl üretim merkezleridir. Ova için tarla tarımı, primer faaliyetler arasında yer almaktadır. Bu bağlamda ovada yılın her döneminde tarımsal üretim gerçekleştirilmekte ve yıl içinde iki veya üç ürün alınabilmektedir. Günümüze kadar alternatifsiz şekilde yapılan tarımsal faaliyetler içinde buğday 2011 yılı TÜİK rakamlarına göre 780,922 dekarlık ekim alanı ve 321,584 tonluk üretimi ile ovada yetiştirilen ürünler içinde ilk sırayı almaktadır (Bitkisel Üretim İstatistikleri, 2013). Ayrıca pamuk, mısır, soğan, sebze ve meyve türleri yoğun olarak üretimi yapılan diğer tarım ürünleridir (Korkmaz 2009).

Tarımsal Üretim: Toplam yüzölçümü 540,300 hektar olan Hatay'da il arazisinin yarısını tarım arazileri oluşturmaktadır. İl genelinde 275,578 hektar tarım arazisi mevcut olup bu arazinin 206,553 hektarı sulamaya elverişlidir. Aynı şekilde toplamda devlet yatırımlı sulamalar 47,005 ha, halk sulamaları ise 129,510 ha'dır. Ayrıca il genelinde Köylere Hizmet Götürme Birliği tarafından açılan sulanabilir alanlarda toplamda 9,953 ha bir alan kaplamaktadır. Amik Ovası ve çevresinde ise Devlet Su İşleri Genel Müdürlüğü tarafından açılan sulama alanlarında ilçelere göre toplam brüt arazi 19,200 ha büyüklüğündedir (Tablo 1).

Aynı şekilde 2012 yılı verilerine göre ildeki toplam tarım arazisinde tarla bitkileri %59, zeytin %18, sebze %11, meyve %10 oranında paya sahiptir. İl genelinde ilk sırada erik, maydanoz, pazı ve mandalina en fazla üretilen ürünlerdir (Tablo 3). Bunun yanı sıra Hatay, Türkiye ölçeğinde Trabzon hurması, göbekli marul ve taze soğan üretiminde ikinci, taze sarımsak, nane, taze bezelye, taze bamya, havuç, yenidünya ve tere üretiminde ise üçüncü sırada bulunur. Tarımsal üretimin Türkiye genelinde ilk üçe giren oranı incelendiğinde Hatay'ın tarımsal ürün yelpazesi ve potansiyelinin ne ölçüde geniş olduğu daha rahat bir şekilde anlaşılabilir (Tablo 3).

Başta Hatay ili olmak üzere Amik Ovası ve çevresi tarımsal üretimin yanında hayvan varlığı bakımından da önemli bir zenginliğe sahiptir. İl genelinde toplamda 139,735 baş büyükbaş, 2083,214 adet kanatlı hayvan, 302,971 baş küçükbaş, 5,904 baş tek tırnaklı hayvan ve 821 adet de arı kovanı bulunur (Tablo 4). Hatay'da hayvansal üretim de önemli değerlere sahiptir (Tablo 5).

Bütün bu tarımsal istatistikler göz önünde bulundurularak ildeki gayrisafi tarımsal gelir toplamda 3174409000,00 TL'dir. Bu gelirin en büyük payını ise 2592312000,00 TL'lik bir tutarla bitkisel üretim toplamı oluşturur (Gıda Tarım ve Hayvancılık Hatay İl Müdürlüğü 2013).

Tablo 2. Amik Ovası ve Çevresindeki İlçelerde Arazi Dağılımı (ha-2012)

İlçeler	Yüzölçümü	Su yüzeyi ve Leçelik alan hariç	Tarım Alanı	Mera Alanı	Orman-Funda-Tapusuz Konut Diğer Arazi	Su yüzeyi ve Leçelik alan
Antakya	85,800	74,900	48,515	1,279	25,106	10,900
Altınözü	46,800	41,700	30,116	127	11,457	5,100
Kırıkhan	84,300	72,300	43,157	3,883	25,260	12,000
Kumlu	22,300	18,600	14,700	1,804	2,096	3,700
Reyhanlı	41,000	40,600	32,105	1,245	7,250	400
Toplam	280,200	248,100	168,593	135,211	71,169	32,100

Kaynak: Gıda Tarım ve Hayvancılık Hatay İl Müdürlüğü 2013.

Hatay'da tarımsal amaçlı 65 adet kooperatif ve 18 birlik bulunmaktadır. Bu tarımsal örgütlerin ilçelere dağılımı şöyledir:

- Tarımsal Kalkınma Kooperatifi (32 adet): Yayladağı, Samandağ, Reyhanlı, Kırıkhan, İskenderun, Hassa, Erzin, Dört Yol, Belen, Altınözü, Merkez

Tablo 3. Hatay İli Tarım Ürünlerinin Alanı, Üretim Değerleri ve Türkiye Sıralamasındaki Yeri (2012)

Ürün	Alan (da)	Miktar (Ton)		Oran (%)	Sıra
		Hatay	Türkiye		
Erik	16,926	25,528	300,046	9	1
Maydanoz	18,550	21,065	56,614	37	1
Pazı	2,050	3,730	5,953	63	1
Mandalina	106,987	254,288	874,832	29	1
Trabzon Hurması	4,562	6,281	32,392	19	2
Marul (Göbekli)	-	26,343	205,463	13	2
Soğan (Taze)	8,070	12,060	150,928	8	2
Sarımsak (Taze)	1,940	2,116	25,768	8	3
Nane	1,365	1,048	12,598	8	3
Bezelye (Taze)	10,850	8,930	101,959	9	3
Bamya (Taze)	2,250	2,620	36,001	7	3
Havuç	-	73,153	714,280	10	3
Yenidünya	193	669	12,105	6	3
Tere	270	162	4,476	4	3
Pamuk (Kütlü)	417,275	210,248	2320,000	9	4
Zeytin (Yağlık)	403,679	146,733	1340,000	11	4
Kuru Sarımsak	6,934	6,456	79,433	8	4
Kabak (Sakız)	-	17,634	302,374	6	4
Patlıcan	23,081	64,882	799,285	8	4
Zeytin (Sofralık)	91,408	32,017	480,000	7	5
İncir	1,862	6,532	275,002	2	5
Limon	15,850	36,990	710,211	5	5
Börülce (Taze)	1,080	1,111	20,566	5	5
Hıyar (Sofralık)	18,067	51,990	1603,110	3	6
Nar	10,531	15,543	315,150	5	6
Biber (Salçalık)	-	48,243	748,422	6	6
Soğan (Kuru)	56,938	117,139	1668,356	7	6
Bakla (Taze)	1,880	2,206	40,471	5	6
Roka	230	170	7,689	-	7
Bezelye (Kuru)	471	69	2,686	3	8
Yerfıstığı	1,928	596	122,780	-	8
İspanak	7,810	8,728	222,225	4	8
Pırasa	2,050	6,000	229,359	3	10
Mısır (Dane)	170,786	136,984	4600,000	3	10
Domates (Salçalık)	40,941	139,051	7697,961	2	13
Domates (Sofralık)	7,210	23,189	3652,039	1	14
Buğday (Diğer)	681,106	252,197	16800,000	2	24
Dereotu	500	460	2,901	16	3

Kaynak: Gıda Tarım ve Hayvancılık Hatay İl Müdürlüğü 2013.

Tablo 4. Hatay'daki Hayvan Varlığı (2013)

Büyükbaş Hayvan	Sayı (Baş)
Saf Kültür Irkı <i>Sığır Sayısı</i>	31,886
Kültür Melezi Sığır Sayısı	94,499
Yerli Sığır	12,601
Manda	749
Toplam	139,735
<i>Kanatlı Hayvan Sayı (Adet)</i>	
Tavuk	2072,254
Diğer Kanatlı	10,960
Toplam	2083,214
<i>Küçükbaş Hayvan Sayı (Baş)</i>	
Koyun	168.804
Keçi	134.167
Toplam	302.971
<i>Tek Tırnaklı Hayvan Sayı (Baş)</i>	
At	2,207
Katır	429
Eşek	3,268
Toplam	5,904
<i>Arı Kovanları Sayı (Adet)</i>	
Eski Usul Kovan	821
Toplam	821

Kaynak: Gıda Tarım ve Hayvancılık Hatay İl Müdürlüğü 2013.

- Sulama Kooperatifi (23 adet): Belen, Dört Yol, Erzin, İskenderun, Kırıkhan, Kumlu, Reyhanlı, Yayladağı
- Su Ürünleri Kooperatifi (10 adet): Altınözü, Dört Yol, İskenderun, Samandağ
- Tarımsal Birlik (6 adet): Çuko-Birlik Merkez, Kırıkhan, Hassa, Reyhanlı, Kumlu, Erzin
- Sulama Birliği (7 adet): Altınözü, Hassa, Kırıkhan, Samandağ, Yayladağı
- Yetiştirici Birliği (3 adet): Merkez
- Üretici Birliği (2 adet): Erzin.

Coğrafi Bakış Açısıyla Amik Ovası'nın Tarım Turizmi Potansiyeli

Tarım Turizmi Potansiyelinin Temel Unsurları (Arz Kaynakları): Turizmin temel unsurları veya arz kay-

Tablo 5. Hatay'ın Hayvansal Ürünler Üretim Değerleri (2013)

Ürünün Cinsi	Sayısı	Birimi
Yumurta	103.882,000	Adet
Kırmızı Et	8,600	Ton
Beyaz Et	3,400	Ton
Süt	225,000	Ton
Bal	1,073	Ton
Su Ürünleri	3350	Ton
Yapağı	105	Ton
Keçi Kılı	45	Ton

Kaynak: Gıda Tarım ve Hayvancılık Hatay İl Müdürlüğü 2013.

nakları; çekicilikler, erişim ve konaklamadan oluşmaktadır. Bu üç unsurun yeterli olması ve organizasyon bütünlüğü, turizmde gelişmenin temel yapı taşlarıdır (Özgüç 2007).

Turizmin temel unsurlarından ilki, çekiciliktir. Aslında bu unsur, turizmin yer seçiminde rol oynayan coğrafi kaynaklardır ve turistlerin bir alanı ziyaret etme isteğini doğurur (Özgüç 2007). Nitekim Amik Ovası'nın tarım turizmi için yeterli potansiyele sahip olması doğal ortam özelliklerinin bu turizmin yapılmasına imkân vermesinden kaynaklanmaktadır. Ovada farklı türlerde tarımsal arazi kullanım sınıflarının bulunması (Kılıç 2011), tarım turizmi potansiyelinin oluşmasında belirleyici bir rol oynamaktadır. Bunun yanında ovanın bazı kesimlerinde tarımsal üretime katılan çiftlikler de mevcuttur. Buna mukabil ova sınırları içinde yapılan veya yapılabilecek olan başta kaplıca turizmi olmak üzere doğa yürüyüşü, kuş gözlemciliği, yaban hayatı gözlemciliği, av turizmi, balon turizmi, tarihi turizm ve inanç turizmi gibi turizm faaliyetleri de (Kaymaz ve Özşahin 2013) tarım turizmini destekleyecek ve tamamlayacak diğer özelliklerdir.

Turizmin temel unsurlarından ikincisi ise erişimdir. Erişim, turizmde ziyaretin gerçekleştirilebilmesini sağlayan ulaşım ve iletişim hizmetleri olarak bilinir (Özgüç 2007). Amik Ovası'nın tarım turizmi açısından erişim imkânları da oldukça gelişmiştir. Ovadaki tarım dışı arazilerden bir kısmına karayolları ve Hatay Havaalanı yerleşmiştir. Bu özellik gerek karayolu gerekse havayolunu kullanarak bu bölgeye gelen turistler için oldukça cazip bir durumdur.

Turizmin temel unsurlarından sonuncusu da konaklamadır. Bu unsur, turistin gidilen yerde ağır-
lanmasını sağlar (Özgüç 2007). Bu yönden değer-
lendirildiğinde Amik Ovası'nda tarım turizmi kap-
samında özel oluşturulan mekânlar şu anda yok-
tur. Ancak yakın gelecekte özellikle de ovada yer
alan köylerde bu türden geleneksel ve otantik ko-
naklama mekânları oluşturulabilir.

Tarım Turizmine Uygun Potansiyel Alanlar: Amik
Ovası'nda tarım turizmine uygun potansiyel alan-
ların saptanması, alanyazında yer aldığı gibi (Kiper
ve Arslan 2007) ArcGIS/ArcMap 10 paket progra-
mıyla CBS destekli olarak *Çok Kriterli Karar Verme
Yöntemi* ile gerçekleştirilmiştir. Tarım turizmi po-
tansiyelinde etkili parametreler ise ilgili alanyazın
ve arazi çalışmaları eşliğinde toplanan veriler ışığı-

Tablo 6. Tarım Turizmi Potansiyelinde Etkili Parametreler

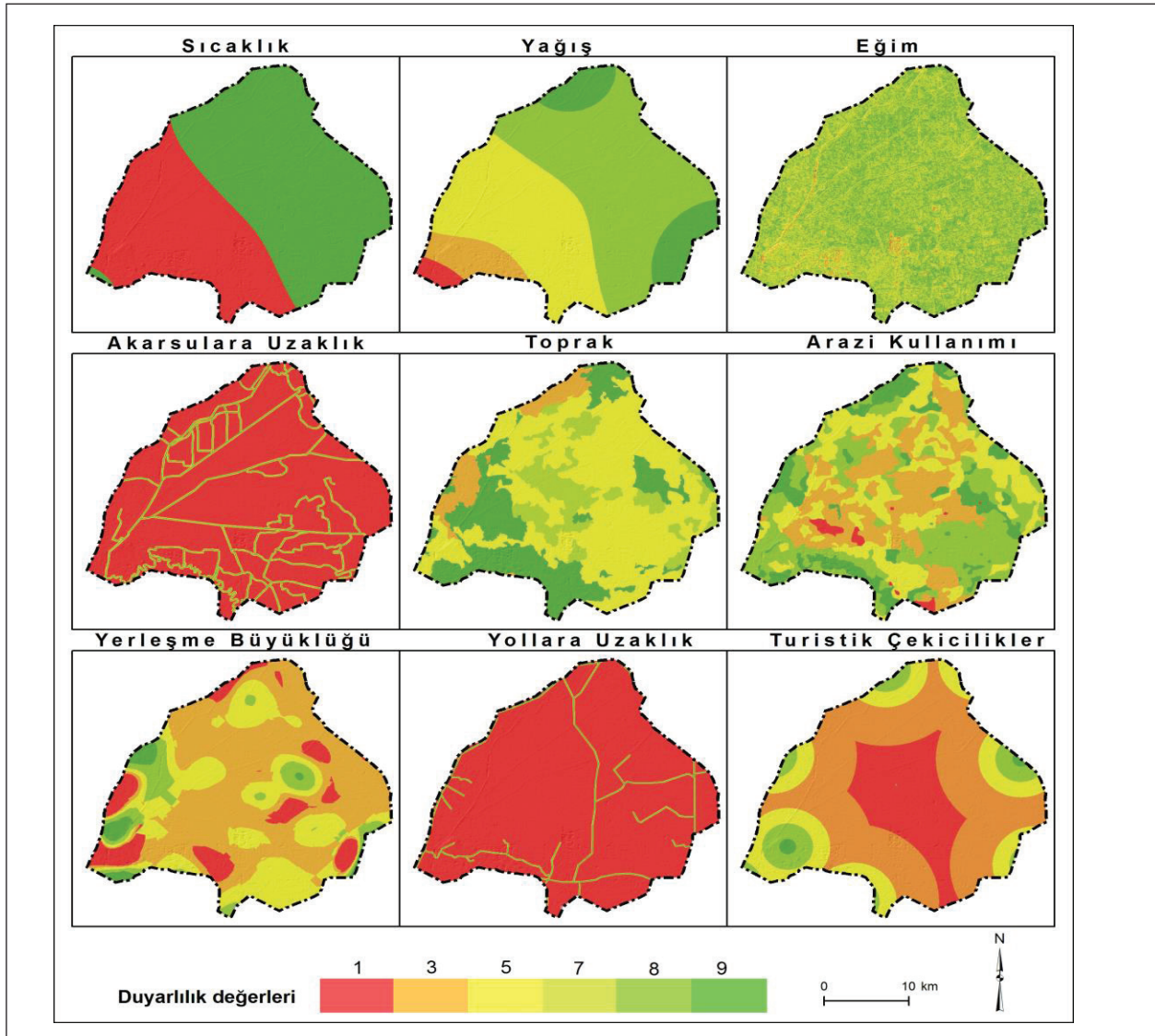
Etkili Parametreler	Parametre Sınıfları	Etki Değeri	Ağırlık Değeri
Sıcaklık (°C)	Hafif sıcaklık (<-18)	1	3
	Konforlu sıcaklık (18,01->)	9	
Yağış (mm)	<-600	9	3
	600,01-700	7	
	700,01-800	5	
	800,01-900	3	
	900,01->	1	
Eğim (%)	Düz ve düze yakın (0-1)	9	3
	Hafif eğimli (1,01-3)	8	
	Orta eğimli (3,01-8)	7	
	Çok eğimli (8,01-15)	5	
	Aşırı parçalanmış arazi (15,01-40)	3	
	Dağlık arazi (40,01->)	1	
Akarsulara Uzaklık (m)	Çok yakın (<-20)	1	5
	Yakın (20,01-60)	3	
	Orta uzak (60,01-100)	5	
	Uzak (100,01-140)	7	
	Çok uzak (140,01->)	9	
Toprak	Entisol	9	7
	Vertisol	5	
	İnceptisol	5	
	Alfisol	7	
	Mollisol	3	
Arazi Kullanımı	Seçkin tarım arazileri	9	9
	Oldukça iyi tarım arazileri	7	
	Sorunlu tarım arazileri	5	
	Tarımda kullanımı sınırlı araziler	3	
	Tarım dışı araziler	1	
Yerleşme Büyüklüğü (kişi)	Az Seyrek	1	5
	Seyrek	3	
	Orta yoğun	5	
	Yoğun	7	
	Çok yoğun	9	
Yollara Uzaklık (m)	Çok yakın (<-30)	9	7
	Yakın (30,01-60)	7	
	Orta uzaklıkta (60,01-90)	5	
	Uzak (90,01-120)	3	
	Çok uzak (120,01->)	1	
Turistik Çekiciliklere Uzaklık (m)	Çok yakın	9	3
	Yakın	7	
	Orta uzaklıkta	5	
	Uzak	3	
	Çok uzak	1	

ğında tespit edilmiştir. Buna göre Amik Ovası'nda tarım turizmi potansiyeline uygun alanların dağılımında etkili parametreler sıcaklık, yağış, eğim, akarsulara uzaklık, toprak, arazi kullanımı, yerleşme yoğunluğu, yollara uzaklık ve turistik çekiciliklerdir (Tablo 6).

Aslında bu parametrelerden sıcaklık, yağış, eğim, akarsulara uzaklık, toprak ve arazi kullanımı, doğrudan tarımla ilgili faktörlerdir. Tarım turizminde ise esas olarak; tarımsal alanlar ve onların peyzajları, tarımsal ürünler, tarımsal yöntemler ve etkinlikler, tarımsal işletmeler, ulaşım ve konaklama hizmetleri, yerel kültürel özellikler, doğal çeki-

cilikler vd. etkilidir ve bunlar turistik talebi yaratır. Ancak Amik Ovası'nda, tarım turizmine uygun potansiyel alanlar, veri temini ve toplama sıkıntısı yaşandığı için sadece tarımla ilgili parametreler dikkate alınarak belirlenmiştir. Çalışmanın zayıf yönü olarak değerlendirilebilecek bu kısım daha sonra eksik veriler toplandıktan sonra yapılacak başka çalışmalarla giderilebilir. Buna mukabil mevcut durumun hâlihazırdaki verilerle potansiyel saptanmasına yönelik olarak kullanılmasında herhangi bir sakınca yoktur (Kiper ve Arslan 2007).

Amik Ovası'nda yıllık ortalama sıcaklık 17,5-18,5 °C arasındadır. Turizmde etkili olan termal konfor



Şekil 2. Amik Ovası'nın Tarım Turizmi Potansiyelinde Etkili Olan Parametreler

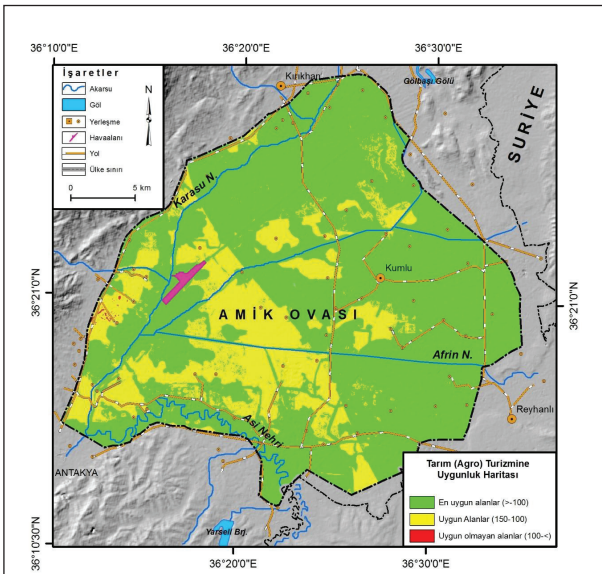
Tablo 7. Amik Ovası'nın Uygunluk Sınıflarına Göre Tarım Turizmi Potansiyel Alanları (ha-%)

Uygunluk Sınıfları	Alan (Ha)	Oran (%)
En uygun alanlar	55920,37	77,20
Uygun alanlar	16474,45	22,74
Uygunsuz alanlar	38,92	0,05
Toplam	72433,74	100,00

aralığına göre (Topay 2013), ovada sıcaklık değerlerinin 18°C'nin üzerinde olduğu yerler en konforlu, altında olduğu yerler ise hafif serin yerlerdir. Bu bakımdan değerlendirildiğinde Amik Ovası'nda tarım turizmi bakımından hem en uygun, hem de uygun olmayan değerlerde alanlar bulunmaktadır.

Tarım turizmi potansiyeli açısından yağış koşulları da önemlidir. Turizm aktiviteleri açısından az yağışlı sahalar daha makuldür (Özgüç 2007; Güçlü 2010). Amik Ovası'nda en uygundan, uygun olmayanlara kadar çeşitli hassasiyet derecelerinde yıllık ortalama yağış miktarları mevcuttur.

Eğim özellikleri de tarım turizminde etkili bir parametredir (Kiper ve Arslan 2007). Amik Ovası için ilgili faktör, Altınbaş (2006) tarafından tarımsal amaçlı çalışmalarda kullanılan eğim sınıfları dikkate alınarak hazırlanmış ve genellikle düz, hafif ve orta eğim sınıflarının hâkim olduğu bir dağılışıla karşılaşılmıştır.



Şekil 3. Amik Ovası'nın Uygunluk Sınıflarına Göre Tarım Turizmi Potansiyel Alanları

Tarım turizmi potansiyelinde akarsuların varlığı ve uzaklığı önemli bir doğal çekicilik yarattığı gibi akarsuların bazı olumsuz etkilerde buldukları da görülmektedir (taşkınlar, bataklık alanlar vd.) (Kiper ve Arslan 2007). Çeşitli büyüklükteki akarsular tarafından drene edilen Amik Ovası'nda tarımsal faaliyetler üzerinde akarsular rol oynamakta, böylece tarım turizmine uygun ve uygun olmayan alanlar ortaya çıkmaktadır. Bu faktörün etki derecesinin dağılışına göre uygun olmayan yerler daha geniş alanlarda yayılım göstermektedir.

Tarımsal faaliyetlerin üzerinde gerçekleştirildiği toprak da tarım turizminde etkili en önemli parametrelerden biridir (Kiper ve Arslan 2007). Beş tür toprak grubunun bulunduğu Amik Ovası'nda, tarım turizmi açısından ilgili toprak grupları, verimlilik ve tarıma uygunluk açısından farklı türde hassasiyetlere sahiptir.

Amik Ovası'nda tarım turizminde egemen temel parametre arazi kullanımudur. Farklı şekillerde arazi kullanımının yaygın olduğu ovada, kullanım sınıflarının hassasiyet dereceleri tarım dışı arazilere doğru düşerek, tarım turizmine uygun olmayan bir karakter kazanır.

Tarım turizmi potansiyelinde kırsal yerleşmelerin (köy, kasaba, çiftlik vd.) varlığı ve bunların otantikliğini korumuş olması çok önemlidir. Ayrıca, yerleşmelerin şekli (toplu-dağınık), planı ve dağılışı dokusu da tarım turizmini etkileyebilmektedir. Ovada yerleşme büyüklüğü 8-14093 hane arasında değişmektedir.

Ulaşım-erişim olanakları kapsamında yollara uzaklık da tarım turizmi faaliyetleri bakımından değerlendirilmesi gerekli olan başka bir faktördür (Kiper ve Arslan 2007). Zira tarım turizmi bir çiftlik veya bir köyde konaklamayla gerçekleşeceği için, bu tür faaliyetlerin de tarım turizmi bakımından uygunluğunun sorgulanması gerekir. Amik Ovası'nda bu faktörün etkisi daha çok uygun olmayan alanlarla temsil edilmektedir.

Amik Ovası'ndaki hâlihazırda bulunan turistik mekânlara uzaklık da tarım turizmi açısından egemen bir unsurdur. Amik Ovası'ndaki turistik mekânlar (Kaplıca turizmi: Ottoman Palace, Hammamat Otel, Yaban Hayatı Gözlemciliği: Gölbaşı Gölü) (Kaymaz ve Özşahin 2013) tarım turizmi için destekleyici olabilir. Çünkü günümüzde bir turizm türünü ne kadar çok başka turizm türleri ve akti-

viteleri tamamlıyorsa (bütünleşik turizm), o yerin talep potansiyeli de o kadar artmaktadır. Çeşitli türde turizm etkinliklerinin bulunduğu bu sahada (Kaymaz ve Özşahin 2013), bu turizm merkezlerine yaklaştıkça tarım turizm potansiyeli daha uygun bir hassasiyet kazanır.

Amik Ovası'nın tarım turizmi potansiyelinde etkili olan yukarıda açıklanan faktörlerin ağırlık değerleri ölçüsünde gerçekleştirilen analiz sonucunda elde edilen tarım turizmine uygun alanlar haritasına göre ovanın %99'u en uygun ve uygun alanlardan oluşmaktadır (Tablo 7). Ovanın genelinde yayılış gösteren bu sahalar karşın, tarım turizmi bakımından uygunsuz sahalar ise Hatay Havaalanı'nın batısında bulunmaktadır (Şekil 3).

Tarım Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi: Amik Ovası'nın tarım turizmi potansiyeli, anlamayı, algılamayı, karar almayı kolaylaştıran (Özçağlar vd. 2006) ve konuyu tüm yönleriyle ortaya koyan (Taş 2009) SWOT analizi (Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar ve Tehditler) ile değerlendirildiğinde planlamaya yönelik bazı sonuçlar elde edilmiştir (Tablo 8).

SWOT analizi çerçevesinde yapılan değerlendirmeler doğrultusunda Amik Ovası'nda tarım turizmi açısından görülen en önemli zayıf yön; bilgi ve bilinç eksikliğinin olmasıdır (Tablo 8). Bu zayıflığın giderilmesi için tarım turizmi hakkında eğitimsel çalışmalar yapılmalıdır. Bunun yanında konaklama hizmetlerinin olmaması, herhangi bir altyapının olmaması ve nitelikli eleman eksiliği de diğer zayıf yönlerdir (Tablo 8). Ovada sık sık yaşanan taşkınlar ve tarım arazilerinin çok parçalı olması ise tehditler olarak gösterilebilir (Tablo 8). Tarım turizmi açısından Amik Ovası'nın güçlü yönleri ise tarımsal potansiyeli yüksek bir alan olması ve doğal çekiciliklerin zengin olmasıdır (bölgeye özgü tarımsal ürünler, ürünlerin çok çeşitli olması ve mevsimlere göre farklılıklar taşıması, geniş ekim alanlarının olması vd.). Ayrıca yöre insanının bu tür faaliyetlere sıcak bakması da diğer güçlü bir yöndür (Tablo 8). Nitekim saha çalışmaları esnasında yaptığımız görüşmeler bu durumu teyit etmektedir. Ovada karşılaşılan fırsatlar ise bölgenin çok çeşitli insan profiline sahip olması, farklı turistik mekânların bulunması, zengin ve birbirinden farklı kültürel mirasın varlığı ve Neolitik tarım kültürünün ilk ortaya çıktığı Mezopotamya'ya olan

yakınlığı, ulaşım kolaylıklarının olması olarak sayılabilir (Tablo 8).

SONUÇ

Dünya'da ve Türkiye'de son yıllarda yükseliş ivmesi kazanan turizm türlerinden biri de tarım turizmidir. Türkiye'de tarım turizminin her mevsim yapılabileceği alanlardan biri de Amik Ovası'dır. Yapılan bu çalışmanın Amik Ovası dahilinde yürütülmesi, elde edilen sonuçların da bu alanda geçerli olmasına neden olmuştur. Bu makalede Amik Ovası'nın tarım turizmi potansiyeli, ilkeler ve sistematik olarak coğrafi bakış açısıyla ele alınmıştır. Elde edilen bulgular, gelecekte yapılacak benzer çalışmalara temel teşkil edebilecektir.

Burada araştırma sorularına geri dönülürse, Amik Ovası'nın tarım turizmine elverişli olduğu anlaşılmıştır. Bu ovada tarım turizmi faaliyetleri yapılabilir. Ovanın iklim, jeomorfoloji, hidrografiye, toprak ve arazi kullanımı gibi coğrafi özellikleri tarım turizmi açısından önemlidir. Ovada tarım turizmi potansiyelinin temel unsurları; çekicilikler, erişim ve konaklamadır. İnceleme alanının %99'u tarım turizmi potansiyeline en uygun ve uygun alanlardan oluşmaktadır. Bu dağılıfta sıcaklık, yağış, eğim, akarsulara uzaklık, toprak, arazi kullanımı, yerleşme yoğunluğu, yollara uzaklık ve turistik çekicilikler gibi faktörler etkili olmuştur.

Günümüze kadar Amik Ovası'nda tarım turizmi kapsamında herhangi bir faaliyet yapılmamıştır. Ovada tarım turizmi için doğal ve kültürel çekicilikler ile ulaşım olanakları yeterli düzeyde olmasına rağmen, konaklama hizmetleri gelişmemiştir.

Bu bağlamda öncelikli olarak yapılması gerekenler şunlardır:

- Amik Ovası'nda tarım turizminin geliştirilmesi için bir plan ve bu plana dayalı projeler hazırlanmalıdır.
- Amik Ovası'nda tarım turizmi için kullanılacak yerler tespit edilmeli ve turizme yönelik iyileştirmeler ve düzenlemeler (özellikle altyapı) yapılmalıdır.
- Tarım turizmi için yeme-içme, alışveriş ve konaklama mekânları oluşturulmalıdır.
- Turistler için tarım turizmi çerçevesinde her mevsime özgü etkinlikler düzenlenmelidir (festival, şenlik vd.)

Şekil 8. Amik Ovası'nın Tarım Turizmi Potansiyeline Yönelik SWOT Analizi

<i>Güçlü Yönler</i>	<i>Zayıf Yönler</i>	<i>Fırsatlar</i>	<i>Tehditler</i>
Ova'nın Türkiye geneline hitap edici bir yetkinliğe sahip olması	Tarımsal turizm konusundaki bilgi ve bilinç eksikliğinin olması	Bölgenin çok çeşitli insan profiline sahip olması	Ovada sık sık taşkınların yaşanması
Tarımsal potansiyeli yüksek bir alan olması	Konaklama hizmetlerinin olmaması	Farklı turistik mekânların bulunması	Tarım arazilerinin çok parçalı olması
Doğal çekiciliklerin zengin olması	Tarım turizmine yönelik herhangi bir alt yapının olmaması	Zengin ve birbirinden farklı kültürel mirasın varlığı	Seracılık faaliyetlerinin yeterince gelişmemiş olması
Yöre insanının turizme yabancı olmaması	Tarım turizminde çalışacak nitelikli eleman eksikliği	Neolitik tarım kültürünün ilk ortaya çıktığı Mezopotamya'ya yakınlık	Yaz mevsiminde kuruyan veya debisi azalan akarsuların sulama için yetersiz kalması
Tarihin ilk dönemlerinden itibaren günümüze kadar tarımsal üretimin yapıyor olması	Tarımsal potansiyelin tarım turizmi açısından değerlendirilememesi (tarımsal ürünlerin turistik ürüne çevrilememesi)	Ulaşım kolaylıklarının olması	Yaz mevsiminde aşırı taban suyu kullanımı ve taban suyu seviyesinin düşmesi
Tarımsal ürün yelpazesinin oldukça geniş ve verimin yüksek olması	Tarımla alakalı birliklerinin yetersiz olması, tarımsal ürünlerin pazarlanmasında güçlüklerin yaşanması	Yöreye özdeşleşmiş kaliteli marka ürünlerin yaygın olması, kent halkının ve turistlerin ekolojik tarım ürünlerine olan talebinin giderek artması	Ovada halen devam eden anız yakımı ile toprağa zarar verilmesi
Ovada çok sayıda kırsal yerleşmenin bulunması ve temel geçim kaynağının tarım olması, tarımsal faaliyetlere önem verilmesi	Tarımsal üretimde kota uygulamalarının olması	Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın kırsal kalkınma, ekolojik tarım vb. birçok alanda projelerin yürütülmesine hız vermesi	Taban suyu kullanımı için açılan kuyu sayısının her geçen gün artması
Makinalı tarımın yaygın olması	Ürünlerin taban fiyatlarının düşük olması	Tarımsal faaliyetlerin yörede istihdam yaratması	Tarım topraklarında aşırı sulamaya bağlı olarak toprak veriminin düşmesi
Ovanın ulaşım yollarına yakın olması	Tarımdan elde edilen gelirin düşük olması	Bilimsel faaliyetlerin yürütüldüğü üniversite ve benzeri kuruluşların varlığı	Kırsal kesimde yaşayan genç nüfusun tarım dışı sektörlerde çalışmak üzere ülke içine ve ülke dışına (Ortadoğu'daki Arap ülkeleri vd.) göç etmesi
Ovaya komşu alanlarda başka turizm çekiciliklerinin ve turistik mekânların bulunması	Tarım turizminin geliştirilmesi konusunda geç kalınması	Halkın tarım turizmine sıcak bakması	Ovadaki Amik Gölü başta olmak üzere bazı su kaynaklarının kurutulması
Bölgenin her mevsim tarım turizmi faaliyetlerinin yapılmasına olanak vermesi	Ekolojik tarımın geliştirilmesi için yeterli teşvik ve bilgilendirilmenin yapılmaması	Yöreye özgü marka ürünlerin (defne sabunu, zeytinyağı, nar ekşisi vd.) tarım turizminin gelişmesi için bir fırsat ve reklam aracı olması	Ovanın siyasi sınırlarımıza yakın olması ve Ortadoğu'da yaşanan sıkıntılar

- Tarım turizmi kapsamında yerel halka eğitimler (seminerler, kurslar, uygulama gezileri vd.) verilmelidir.
- Tarım turizmi konusunda yerel örgütlenmeye gidilmeli, yapılan tüm çalışmalara yerel halk dâhil edilmelidir.
- Bütün bu faaliyetler sonucunda tarım turizmine hazırlanan Amik Ovası, etkili bir şekilde tanıtılmalı ve pazarlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Aikaterini, G., Ioannis, S., Thanasis K. (2001). Is Agrotourism 'Agro' or 'Tourism'? Evidence from Agrotourist Holdings in Lesvos, Greece, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 12 (1): 6-22.
- Ak, İ. (2006). Turizmde Yeni Seçenekler: Eko-Turizm ve Tarım Turizmi, *Türkiye 3. Organik Tarım Sempozyumu*, Atatürk Bahçe Kültürleri Merkez Araştırma Enstitüsü, 475-481, Yalova.
- Albaladejo-Pina, I. P., Dr'az-Delfa, M. T. (2009). Tourist Preferences for Rural House Stays: Evidence From Discrete Choice Modelling in Spain, *Tourism Management*, 30: 805-811.
- Altınbaş, Ü. (2006). *Toprak Etüt ve Haritalama*. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları Ziraat Fakültesi Yayın No: 521.
- Atalay, İ. (2011). *Toprak Oluşumu, Sınıflandırması ve Coğrafyası*. İzmir: Meta Basım Matbaacılık Hizmetleri.
- Bitkisel Üretim İstatistikleri (2013). <http://tuikapp.tuik.gov.tr/bitkiselapp/bitkisel.zul>, Erişim Tarihi: 15 Ağustos 2013.
- Busby, G. ve Rendle, S. (2000). The Transition From Tourism on Farms to Farm Tourism, *Tourism Management*, 21 (6): 635-642.
- Clarke, J. (1999). Marketing Structures for Farm Tourism: Beyond the Individual Provider of Rural Tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, 7 (1): 26-47.
- Coombera, L. ve Limb, C. (2004). Farm Tourism: A Preliminary Study of Participants' Expectations and Perceptions of Farm Tours, International Environmental Modelling and Software Society iEMSS 2004, *International Conference*, 14-17 Haziran 2004, Osnabrück Üniversitesi, Almanya.
- Çalışkan, V. (2002). Amik Ovası'nın Beşerî ve İktisadî Coğrafyası. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Beşerî ve İktisadî Coğrafya Anabilim Dalı, İstanbul.
- Çavuşoğlu, M. (2012). Bozcaada Üzüm Tarımı Turizmi ve Elektronik Tatil Tasarım Site Uygulaması, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2 (2): 49-54.
- Çıkin, A., Çeken, H. ve Uçar, M. (2009). Turizmin Tarım Sektörüne Etkisi, Agro-Turizm ve Ekonomik Sonuçları, *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 15 (1): 1-8.
- Çınar, Y. (2004). Çok Nitelikli Karar Verme ve Bankaların Mali Performanslarının Değerlendirilmesi Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Ankara.
- Doğanay, H. ve Coşkun, O. (2012). *Tarım Coğrafyası*. 2. Baskı. Erzurum: Pegem Akademi.
- Douglas, N., Douglas, N. ve Derrett, R. (2001). *Special Interest Tourism*. Avustralya: John Wiley and Sons, Milton.
- Efe, R. (1999). Güney Marmara Bölümü Batısında Toprak Oluşumunu Etkileyen Faktörler ve Toprakların Özellikleri, *Türk Coğrafya Dergisi*, 34: 193-209.
- Efe, R. (2010). *Biyocoğrafya*. Bursa: MKM Yayıncılık.
- Efe, R., Sönmez, S., Cürebal, İ. ve Soykan, A. (2008). Balıkesir'in Geoturizm Yörelere: Marmara Geoturizm Yöresi Örneği, 3. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, 17-19 Nisan 2008, Balıkesir.
- Flanigan, S., Blackstock, K. ve Hunter, C. (2014). Agritourism from the Perspective of Providers and Visitors: A Typology-Based Study, *Tourism Management*, 40: 394-405.
- Fleischer, A. ve Tchetchik, A. (2005). Does Rural Tourism Benefit from Agriculture?, *Tourism Management*, 26 (4): 493-501.
- Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Hatay İl Müdürlüğü. (2013). Brifing Dosyası Ocak 2013 (2012 yılsonu brifingi). Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Hatay İl Müdürlüğü, Hatay.
- Gil Arroyo, C., Barbieri, C. ve Rozier Rich, S. (2013). Defining Agritourism: A Comparative Study of Stakeholders' Perceptions in Missouri and North Carolina, *Tourism Management*, 37: 39-47.
- Gossling, S. ve Mattson, S. (2002). Farm Tourism in Sweden: Structure, Growth and Characteristics, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2 (1): 17-30.
- Gökalp, D. D. ve Yazgan, M. E. (2013). Kırsal Peyzaj Planlamada Agroturizm ve Agriturizm, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15 (24): 25-29.
- Güçlü, Y. (2010). Doğu Karadeniz Bölümü Kıyı Kuşağında İklim Konforu Şartlarının Kıyı Turizmi Yönünden İncelenmesi, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 8 (2): 111-136.
- Gündüz, S. (2004). Ankara İli Kalecik İlçesinde Tarımsal Turizme Uygun Alanların Saptanması ve Tarımsal Turizm Modelinin Oluşturulması Üzerine Bir Araştırma. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Ankara.
- Henderson, J. C. (2009). Agro-tourism in Unlikely Destinations: A Study of Singapore, *Managing Leisure*, 14 (4): 258-268.
- Herrera Catalino, A. ve Lizardo, M. (2004). Agriculture, Environmental Services and Agro-Tourism in the Dominican Republic, *e-Journal of Agricultural and Development Economics*, 1 (1): 87-11.
- Hjalager, A. M. (1996). Agricultural Diversification into Tourism. *lburism Management*, 17 (2): 103-111.
- Hurma, H., Kubaş, A. ve İnan, Ç. (2011). Trakya Bölgesindeki Tarımsal Üreticilerin Ek Gelir Olanakları: Tarım Turizmi. Uluslararası II. Trakya Bölgesi Kalkınma - Girişimcilik Sempozyumu, Bildiri Kitabı I (Editörler: Muharrem Öztel ve Hüseyin Burgazoğlu), Kırklareli Üniversitesi Yayınları: 2, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları: 1, 219-227.
- Iakovidou, O., Emmanouilidou, M., Stavrakas, T., Simeonidou, P. ve Chrisostomidis, C. D. (2001). Trends of Tourism Market for Agro-Tourism, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 12 (2): 165-179.
- Ilbery, B., Bowler, I.; Clarke, G.; Crockett, A. ve Shaw A. (1998). Farm-Based Tourism As An Alternative Farm Enterprise: A Case Study From The Northern Pennines, England, *Regional Studies*, 32 (4): 355-365.

- Irshad, H. (2010). Rural Tourism, An Overview, [http://www1.agric.gov.ab.ca/\\$Department/deptdocs.nsf/all/csi13476/\\$FILE/Rural-Tourism.pdf](http://www1.agric.gov.ab.ca/$Department/deptdocs.nsf/all/csi13476/$FILE/Rural-Tourism.pdf), Erişim tarihi: 4 Eylül 2011.
- Karabati, S., Doğan, E., Pınar, M. ve Çelik, L. M. (2009). Socio-Economic Effects of Agri-Tourism on Local Communities in Turkey: The Case of Aglasun, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 10 (2): 129-142.
- Karanlık, S., Ağca, N. ve Yalçın, M. (2010). Spatial Distribution of Heavy Metals Content in Soils of Amik Plain (Hatay, Turkey), *Environmental Monitoring and Assessment*, 173 (1-4): 181-191.
- Kaymaz, Ç. K. ve Özşahin, E. (2013). Hatay İlinin Potansiyel Eko Turizm Alanlarının Coğrafi Açidan Değerlendirilmesi (Doğu Akdeniz). 2. *Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu "Ekoturizm"*, 19 Nisan 2013 Bildiriler Kitabı, Editör: Murat İsmet Haseki, 161-179, Adana: Ofis Reklam Danışmanlık.
- Kılıç, B. ve Kurnaz, A. (2010). Alternatif Turizm ve Ürün Çeşitliliği Oluşturmada Ekolojik Çiftlikler: Pastoral Vadi Örneği, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2 (4): 39-56.
- Kılıç, Ş. (2011). Agroecological Landuse Potential of Amik Plain, Turkey, *Turkish Journal of Agriculture and Forestry*, 35: 433-442.
- Kılıç, Ş., Ağca, N., Karanlık, S., Şenol, S., Aydın, M., Yalçın, M., Çelik, İ., Evrendilek, F., Uygur, V., Doğan, K., Aslan, S. ve Çullu, M. A. (2008). *Amik Ovasının Detaylı Toprak Etütleri, Verimlilik Çalışması ve Arazi Kullanım Planlaması*. Mustafa Kemal Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri, Proje No: DPT2002K120480.
- Kiper, T. ve Arslan, M. (2007). Safranbolu-Yörüköyü Tarımsal Turizm Potansiyelinin Kırsal Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 2: 145-158.
- Kizos, T. ve Iosifides, T. (2007). The Contradictions of Agrotourism Development in Greece: Evidence from Three Case Studies, *South European Society and Politics*, 12 (1): 59-77.
- Klein, C., Cardenas, D., Leung, Y. F. ve Sanders, S. (2007). Sustainable Farm Tourism: Understanding and Managing Environmental Impacts of Visitor Activities, 45 (2), <http://www.joe.org/joe/2007april/rb2.php>, Erişim tarihi: 20 Ağustos 2011.
- Koçman, A. (1993). *Türkiye İklimi*. İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları No: 72.
- Koday, Z., Kaymaz, Ç. K. ve Özşahin, E. (2013). Turizmin Doğal Çevre ile İlişisine Bir Örnek: Camili (Macahel) Biyosfer Rezerv Alanı (Artvin, KD Türkiye), *Coğrafyacılar Derneği Yıllık Kongresi Bildiriler Kitabı*: 19-21 Haziran 2013/Editörler: Ali Demirci, Yılmaz Arı, 828-837, Balıkesir: Coğrafyacılar Derneği.
- Korkmaz, H. (2008). Antakya-Kahramanmaraş Graben Alanında Kurutulan Sulak Alanların (Amik Gölü, Emen Gölü ve Gâvur Gölü Bataklığı) Modellerinin Oluşturulması, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (9): 19-37.
- Korkmaz, H. (2009). Amik Ovası'nda Kurak Devre ile Buğday, Pamuk ve Mısır Tarımı Arasındaki İlişki, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (11): 56-88.
- Korkmaz, H. ve Gürbüz, M. (2008). Amik Gölü'nün Kültürel Ekolojisi, *Marmara Coğrafya Dergisi*, 17: 1-26.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2001). *Genel Turizm, İlleler-Kavramlar*. 5. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Loureiro, M. L. ve Jervell-Moxnes, A. (2004). Analyzing Farms' Participation Decisions in Agro-tourism Activities in Norway: Some Welfare Implications. *Selected Paper Presented at the American Agricultural Economics Association Annual Meetings*. Denver, Colorado.
- McKenzie, N. ve Wysocki, A. (2002). *Agritainment: A Viable Option for Florida Producers*. IFAS Extension – Florida Üniversitesi.
- Ndubisi, F. (2002). *Ecological Planning-A Historical and Comparative Synthesis*. Baltimore ve Londra: The Johns Hopkins Üniversitesi Yayınları.
- Nickerson, N. P., Black, R. J. ve McCool, S. F. (2001). Agritourism: Motivations Behind Farm/Ranch Business Diversification, *Journal of Travel Research*, 40 (1): 19-26.
- Nilsson, P. A. (2002). Staying on Farms, An Ideological Background, *Annals of Tourism Research*, 29 (1): 7-24.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık.
- Ölgen, M. K. (2003). Coğrafi Bilgi Sistemleri Yardımıyla Turizm Amaçlı Çevresel Duyarlılığın Belirlenmesi. *Ege Üniversitesi Coğrafya Bölümü Sempozyumları 2, Coğrafi Çevre Koruma ve Turizm Sempozyumu 16-18 Nisan 2003*, İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Özçağlar, A., Somuncu, M., Bayar, R., Yılmaz, M., Yücesahin, M. M., Yavan, N., Akpınar, N. ve Karadeniz, N. (2006). Çamlıhemşin İlçesinde Doğal ve Beşeri Kaynak Tespitine Bağlı Olarak Geliştirilen Arazi Kullanım Kararları, *Ankara Üniversitesi Coğrafi Bilimler Dergisi*, 4 (1): 1-27.
- Özdede, A. (2012). *Tarım Turizmi (Agro-Turizm)*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Doktora Programı, İzmir.
- Özgüç, N. (2007). *Turizm Coğrafyası (Özellikler ve Bölgeler)*. 5. Baskı, İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Özşahin, E. ve Değerliyurt, M. (2012). Antakya-Serinyol (Hatay) Güzergâhındaki Alt Geçit Projesinin Uygulamalı Jeomorfolojik Açidan Değerlendirilmesi. 1. *Ulusal Karayolları ve Trafik Güvenliği Sempozyumu (6-8 Mayıs 2010)*, 2010 Karayolu Trafik Güvenliği Sempozyumu Seçilmiş Bildiriler (Derleyen: Bedrettin MURAT), 172-193, Ankara.
- Özşahin, E. ve Kaymaz, Ç. K. (2014). Coğrafi Bir Değerlendirme: Amik Ovası (Hatay) Höyükleri, *Uluslararası Çağlar Boyunca Hatay ve Çevresi Arkeolojisi Sempozyumu Bildirileri*, Hatay: Mustafa Kemal Üniversitesi Yayınları, .. 27-40.
- Pamir, H. (2009). Alalakh'dan Antiocheia'ya Hatay'da Kentleşme Süreci, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (12): 258-288.
- Plummerw, R., Spiers, A., Summer, R. ve Fitzgibbon, J. (2008). The Contributions of Stewardship to Managing Agro-Ecosystem Environments, *Journal of Sustainable Agriculture*, 31 (3): 55-84.
- Przezborska, L. (2003). Relationships Between Rural Tourism and Agrarian Restructuring in A Transitional Economy: The Case of Poland. İçinde D. Hall, M. Mitchell, and L. Roberts (Editörler), *New Directions in Rural Tourism* (ss: 203-222). Aldershot: Ashgate.

- Saaty, T. L. (1980). *The Analytic Hierarchy Process*. New York, McGraw Hill.
- Selvi, M. S. ve Demirer, D. (2012). Ekolojik Tatil Çiftliklerinin TATUTA Projesi Deneyimine İlişkin Örnek Olay İncelemesi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23 (2): 187-202.
- Senes, G. ve Toccolini, A. (1998). Sustainable Land Use Planning in Protected Rural Areas in Italy, *Landscape and Urban Planning*, 41: 107-117.
- Sharpley, R. ve Sharpley J. (1997). *Rural Tourism An Introduction*. Londra: International Thomson Business Press.
- Sharpley, R. ve Vass, A. (2006). Tourism, Farming and Diversification: An Attitudinal Study, *Tourism Management*, 27 (5): 1040-1052.
- Shaw, G. ve Williams, A. (2002). *Critical Issues in Tourism: A Geographical Perspective*. Blackwell Publishers, U.K.
- Soykan, F. (1999). Doğal Çevre ve Kırsal Kültürle Bütünleşen Bir Turizm Türü: Kırsal Turizm, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10: 67-75.
- Soykan, F. (2000). Turizm Coğrafyası ve Turizm Planlaması, *Ege Coğrafya Dergisi*, 11: 39-55.
- Soykan, F. (2002). Kırsal Turizmin Sosyo-Ekonomik Etkileri ve Türkiye. *Türkiye Dağları I. Ulusal Sempozyumu*, 25-27 Haziran 2002, Orman Bakanlığı Araştırma Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı, Orman Bakanlığı Yayınları: 183, Ankara.
- Soykan, F. (2003a). Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi için Önemi, *Ege Coğrafya Dergisi*, 12: 1-11.
- Soykan, F. (2003b). Coğrafi Çevrenin Turizm Amaçlı Değerlendirilmesinde Turizm Potansiyelini Saptamanın Önemi. *Ege Üniversitesi Coğrafya Bölümü Sempozyumları 2, Coğrafi Çevre Koruma ve Turizm Sempozyumu 16-18 Nisan 2003*, İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Tarлак, Ş. (2007). Mumcular'da Kırsal Turizm Modeli. Dokuz Eylül Üniversitesi. Mimarlık Fakültesi Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, Şehir Planlama Projesi VI Dersi Çalışması, İzmir.
- Taş, B. (2009). Tarım Alanlarının Planlaması Sürecinde SWOT Analizi Kullanımına Bir Örnek: Sandıklı İlçesi, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 9 (2): 189-207.
- Topay, M. (2003). Bartın Uluyayla Peyzaj Özelliklerinin Rekreasyon-Turizm Kullanımları Açısından Değerlendirilmesi Üzerinde Bir Araştırma. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Ankara.
- Topay, M. (2013). Mapping of Thermal Comfort for Outdoor Recreation Planning Using GIS: The Case of Isparta Province (Turkey), *Turkish Journal of Agriculture and Forestry*, 37: 110-120.
- Tozar, T. (2006). Doğal Kaynakların Sürdürülebilirliği İçin Geliştirilen Ekolojik Planlama Yöntemleri. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Turoğlu, H. ve Özdemir, H. (2005). Bartın İlinin Ekoturizm Potansiyelinin Belirlenmesi, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 10 (13): 97-116.
- Türkben, C., Gül, F. ve Uzar, Y. (2012). Türkiye'de Bağcılığın Tarım Turizmi (Agro-Turizm) İçinde Yeri ve Önemi, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23): 47-50.
- Varnacı, F. (2008). Kurutulan Amik Gölünün Yöresel Ekosistem Üzerindeki Etkileri. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı, Balıkesir.
- Veeck, G., Che, D. ve Veeck, J. (2006). America's Changing Farm-landscape: A Study of Agricultural Tourism in Michigan, *The Professional Geographer*, 58 (3): 235-248.
- Wacher, C. (2006). *The Development of Agri-tourism on Organic Farms in New EU Countries-Poland, Estonia and Slovenia*. Report of a Winston Churchill Travelling Fellowship 2006, Winston Churchill Memorial Trust.
- Weaver, D. B. ve Fennell, D. A. (1997). The Vacation Farm Sector in Saskatchewan: A Profile of Operations, *Tourism Management*, 18 (6): 357-365.
- Wicks, B. ve Merrett, C. (2003). Agritourism: An Economic Opportunity for Illinois, *Rural Research Report*, 14 (9), 1-8.
- Woo, L. S. ve Yeon, N. S. (2006). Agro-Tourism As A Rural Development Strategy in Korea, *Journal of Rural Development*, 29 (6): 67-83.
- Yang, Z., Cai, J. ve Sliuzas, R. (2010). Agro-Tourism Enterprises As A Form of Multi-Functional Urban Agriculture for Peri-Urban Development in China, *Habitat International*, 34: 374-385.
- Yavuzaslanoğlu, E. ve Yavuz, M. (2012). Karaman'ın Tarım Turizmi Yönünden Potansiyeli, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22): 31-33.
- Yener, K. A., Edens, C., Harrison, T. P., Verstraete, J. ve Wilkinson, T. (2000). The Amuq Valley Regional Project 1995-1998, *American Journal of Archaeology*, 104: 163-220
- Yener, K. A. (2005). *The Amuq Valley Regional Projects, The Amuq Valley Regional Projects. Cilt 1: Surveys in the Plain of Antioch and Orontes Delta Türkiye, 1995-2002*, Editörler: K. A. Yener, ss. 1-24, Oriental Enstitüsü Yayınları No: 131, Chicago.
- Zor, M. (2000). Amik Ovası Tabanının Ortam Koşullarında Meydana Gelen Değişiklikler. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı, Elazığ.

II. Rekreasyon Terapisi Kampının Ardından

Merve KOCA

*Dokuz Eylül Üniversitesi
Spor Bilimleri ve Teknoloji Yüksekokulu*

Sercin KOSOVA

*Ege Üniversitesi
Sağlık Bilimleri Enstitüsü*

Dokuz Eylül Üniversitesi, Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu, Rekreasyon Bölümü ile İzmir Balçova Belediyesi'nin işbirliği ile 14-18 Temmuz 2014 tarihleri arasında *II. Rekreasyon Terapisi Kampı* gerçekleştirilmiştir. 18 alt gelişim ve kaynaştırma öğrencisinin katıldığı kampta 2013 yılındaki kamptan farklı olarak her öğrenciden sorumlu iki refakatçi gönüllü eğitmen görev almıştır. Gönüllü eğitmenler Dokuz Eylül Üniversitesi, Kocaeli Üniversitesi, Anadolu Üniversitesi, Adnan Menderes Üniversitesi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, İnönü Üniversitesi ve Ege Üniversitesi'nde okuyan Rekreasyon Bölümü ve Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Bölümü öğrencilerinden oluşmaktadır. Kamp boyunca bir hekim sürekli olarak hizmet vermiş ve DEU Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu'ndan öğretim görevlileri uzman oldukları spor faaliyetlerinde öğrencilere öncülük etmiştir. Tüm bu katılımlar, gönüllülük esasına dayalı olarak gerçekleştirilmiştir.

Rekreasyon Terapisi Kampı'nın amaçları alt gelişim ve kaynaştırma grubu öğrencilerinin spor faaliyetleri ve kültürel faaliyetlerle bedensel ve ruhsal gelişimlerine katkıda bulunmak, kendilerini ifa-

de edebilecekleri alanları keşfetmek ayrıca bu süreçte ailelerinin dinlenip yenilenebilmesini sağlamaktır. Bunların yanında gönüllü eğitmenlerin mesleki gelişimlerine ve farklı iş alanlarını keşfetmelerine katkıda bulunmak, toplum adına yararlı bir faaliyette bulunmalarını sağlamak da amaçlanmıştır. Kampın ilk gününde DEU Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu'nda gönüllü eğitmenlere ve ilgili öğretim elemanlarına Rekreasyon Terapisinde Özel Eğitim konulu bir sunum yapılmıştır. Öğrencilerin ve ailelerin gelmesinin ardından tüm gruba Engelli Hakları konusunda bilgi verilip ailelerin ve çocukların eğitmenlerle tanışması gerçekleştirilmiştir. Ailelerin çocuklarıyla vedalaşım ayrılmasının ardından öğrenci ve eğitmen eşleşmesi gerçekleştirilmiş ve İnciraltı Atatürk Öğrenci Yurdu'na doğru yola çıkmıştır.

Yurtta her öğrenci iki gönüllü eğitmeni ile aynı odada kalmıştır. Odalara yerleştikten ve hep beraber yemek yendikten sonra yurdun tesislerinde oynanan tanışma oyunları ile öğrencilerin eğitmenleriyle ve arkadaşlarıyla daha yakın ilişkiler kurması hedeflenmiştir. Kampın ikinci gününde sabah saatleri, DEU spor salonunda önce basket-





bol ardından futbol aktiviteleri ile değerlendirilirken sonrasında Balçova Belediyesi jimnastik salonunda öğrencilere jimnastik aktivitesi yaptırılmıştır. Yoğun ve heyecanlı geçen spor aktivitelerinde kimi öğrenciler başta çekingen tavır sergileseler de egzersizin devamında bu aktiviteleri yapabilecek beceriye sahip olduklarını görmüşlerdir. Günün kalan yarısı ise su parkında geçirilmiş ve kaydıraklarda, havuzlarda keyifli anlar yaşanmıştır. Tüm bu aktivitelere rağmen yorulmayan öğrencilere yemek sonrasında onların tercih ettikleri müziklerle dans aktivitesi yaptırılmıştır. Üçüncü gün daha zorlu jimnastik aktiviteleri denenmiş ve ardından Mavişehir'de bulunan Taypark'a gidilmiştir. Bazı öğrenciler, hayvanlardan korktuklarını söylediler de bu aktivitenin heyecanına karşı koyamamışlar ve tüm öğrenciler profesyonel eğitimler eşliğinde taylara bindirilmiştir. Günün diğer yarısı, Sasalı Doğal Yaşam Parkı'nda hayvanlarla geçirilmiştir. Bu keyifli saatlerden sonra yurtlara dönmüştür. Akşam aktivitesi olarak da yurtların tesislerinde futbol ve basketbol tercih edilmiştir. Kampın dördüncü gününde çekişmeli geçen bowling oyunu sonrasında Bergama Akropol'e rekreatif bir gezi düzenlenmiştir. Gezide gönüllü profesyonel iki rehber, ekibe eşlik ederek bölgenin tarihi hakkında bilgi vermiştir. Tüm ekip burada bulunan teleferiklere binerek manzaranın tadını çıkarmıştır. Tarihi alanlarda bol bol fotoğraf çektirerek geçen Bergama gezisinin ardından akşam aktivitesi olarak öğrenciler tandem bisiklet ile teker teker sahil turuna çıkarılmıştır. Son gün, İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin desteğiyle Alman Adası'nda yüzme aktivitesi ger-

çekleştirilmiştir. Arkadaşlarıyla ve eğitimleriyle doyasıya yüzen, oyun oynayan öğrenciler, dönüş saati yaklaştıkça hüzünlenmeye ve kampın bitmesini istemediklerini dile getirmeye başlamışlardır. Ada dönüşü Balçova Belediyesi Spor Salonu'nda, ailelerin de katılımıyla bir sertifika töreni düzenlenmiştir. Duygusal anların yaşandığı törende, kampa katılan öğrencilere, gönüllü eğitimlere ve öğretim görevlilerine sertifikaları, proje yürütücüsü Prof. Dr. Özkan Tütüncü ve Balçova Belediyesi Engelliler Masası, Spor Birimi ve Sosyal Hizmetler temsilcileri tarafından takdim edilmiştir.

II. Rekreasyon Terapisi Kampı'na katılan öğrencilerin yaklaşık yüzde 60'ı, 2013 yılında düzenlenmiş olduğumuz ilk kampa da katılmışlardı ve bu öğrencilerin büyük bir kısmında 2013 yılına kıyasla sportif ve sosyal aktivitelerde gözle görülür iyileşme olduğu saptanmıştır. Kampa katılan tüm öğrenciler, kamp sonunda yeni deneyimler elde etmiş, yeni insanlarla tanışmıştır. Rekreatif ve sportif faaliyetler yardımıyla, keyif aldıkları alanları keşfetme fırsatı bularak özgüvenlerini artırmış ve sosyal becerilerini geliştirmişlerdir. Öğrencilerimizin ailelerinden gelen yazılı görüşler de bu gözlemleri doğrular niteliktedir. Amacımız ve dileğimiz ülkemizde engelli bireylerin toplumun dışında kalması, onlara kendilerini ifade edebilecekleri alanlar ve fırsatlar sunulması, rekreasyon terapisi uzmanı olmak isteyen gençlerin kendilerini geliştirebilecekleri projeler üretilmesidir. Ayrıca engelli bireylerin ailelerine de gerekli eğitimler ve destekler verilerek bu sayede çocuklarını daha bilinçli ve daha mutlu bir şekilde yetiştirebilmeleri sağlanmalıdır.

Türk Turizm Tarihi İçerisinde Evliya Çelebi'nin Yeri ve Önemi

Mehmet ÖZDEMİR
Anadolu Üniversitesi

GİRİŞ

Tarihçiler için araştırmalarında seyyahların ve seyahatlerin çok önemli bir rolü vardır. Bildiğimiz gibi insanlar ilk çağlardan itibaren ticari, dini, sportif, dinlenme, sağlık, estetik, politik, yabancı ülke ve insanların tanınması, yeni şeyler öğrenme, merak... gibi çeşitli nedenlerle seyahat etmişlerdir. Bunlardan bazıları bu meraklarını daha da ileriye götürmüşler; gezdikleri, gördükleri yerleri yazıya dökmüşlerdir. Hatta asrımızın büyük tarihçisi Prof. Dr. İlber ORTAYLI, eski "tarihçilerin de aynı zamanda seyyah olduğunu" söylüyor:

"Eski çağlardan beri tarihçiler, Herodot da, İbn Batuta da gezgindi. Gezmek önemli bir imtiyazdı o yıllarda. Hem güvenlik, hem teknik şartlar açısından kolay olmadığı için, gezebilen insan neredeyse âlim sayılırdı. Örneğin İslam peygamberi Hz. Muhammed de kervan idarecisi olduğu için bütün bir Ortadoğu'yu gezmiş (tir). Mekkeli olmasına rağmen Suriye'den Mısır'a, Irak'a kadar büyük bir alanı kat etmiştir. Birçok şeyi görmüş ve insanla görüşmüştür. Bu anlayış Rönesans'ta da böyle devam etmiştir. Bu anlamda akademik tarihçiden çok, gazeteci tipi, olay yerine giden kişidir iyi tarihçi. (...) Eski tarihçilere baktığımız zaman, gezgin, hareket halinde olan ve sokakta, yani en başında söylediğim "olayların içinde olan adamlardır" (Hürriyet, 30 Ağustos 2013)

İlber Ortaylı'nın söyledikleri pek çok seyahat ve seyahatname için de somut olarak geçerlidir. Onlar da adeta "tarihe not düşmüşler"; gezdikleri yerleri fiziki, siyasi, kültürel (maddi ve manevi kültürleriyle), coğrafi, dini, folklorik... pek çok özellikleriyle ele almışlar, bize tanıtmışlardır. Bu seyahatnameler bugünün "turizm almanakları"ndan daha gelişmiştir. Bu seyyahların ve seyahatnamelerin en ünlüleri bir Latin (Marco Polo: 1254-1324), bir Arap (İbn Batuta: 1304-1374) ve bir Türk (Evliya Çelebi: 1611-1682)'tür.

Türkler gezmeye eğitici (terbiyevi) olarak da çok önem veren bir millet olmalarına rağmen, Türk seyyahlarının çok fazla çıkmadığını görüyoruz. Hele gezdiği yerlerden kendi yurduna bilgi ve görgüsü-

nü taşıyarak ulaşan ve bunu yazıya döken pek yoktur. Seydi Reis ve Piri Reis gibi gezdikleri ve gördükleriyle ilgili eser yazan Amirallerin bıraktıkları, seyahatname değil, daha ziyade coğrafyadır. Bazı elçilerimizin izlenimleri ise, "Seyahatname" den ziyade, o yerlerle ilgili intibaldır...

Evliya Çelebi'nin kaynaklara göre 51 yılı bulan gezilerini anlattığı "Seyahatname" si ise, yukarıda saydığımız "dünyanın en önemli üç seyahatnamesi" arasındadır. Marco Polo'nun "İl Milione", İbn Batuta'nın "Tuhfat al nuzzâr fi garaib al amşâl, va acaib al asfar" unvanını taşıyan kısaca "Rihla" aslı eserinin yanında; Evliya Çelebi'nin "Seyahatname" si beynelmilel şöhret kazanmıştır.

Evliya Çelebi'nin seyahatnamesi, Osmanlı Devleti'nin komşularıyla ilişkilerini yansıtması ve uygarlık ürünlerini tanıtmaları bakımından önemlidir. Evliya Çelebi eserinde gözlemlerinin yanında, yazılı kaynaklardan aldığı bilgilerle yorum ve değerlendirmelere de yer verir. Her gezdiği yörenin yönetimini, eski ailelerini, ileri gelen ünlü kişilerini, şairlerini ve çeşitli düzeydeki görevlilerini ayrıntılarıyla anlatır. Halk şiiri, efsane, masal, mani, türkü, yöresel ağız özellikleri, halk oyunları, giyim kuşam, düğün dernek, eğlence, insan ilişkileri, komşuluk bağları, toplumsal davranışlar gibi çeşitli konularla ilginç bilgiler aktarır. Değişik yörelerin ev, cami, mescit, çeşme, han, saray, konak, hamam, kilise, manastır, havra, kule, kale, sur, yol gibi yapılarından; bunların yapılış yıllarından, yapanından ve yaptırandan, onarımından ve onaranından söz eder.

Ayrıca fizik tabiatı da ihmal etmez. Bütün bu yapıların çevresinden, çevrenin havasından ve suyundan, tabiat güzelliklerinden söz açarak konuya canlılık ve çevreye tabii ve sosyal bir bütünlük kazandırır.

Evliya Çelebi'nin seyahatnamesi Türk Edebiyatının da çok önemli bir eseridir. Üslubuyla Divan Edebiyatında yaygın olan resmi ve kalıpcı düzyazıya bağlı kalmamıştır. Daha çok günlük konuşma diline

yakın, akıcı, sürükleyici, yer yer eğlenceli ve alaycı bir dil kullanır. Geçmişle geleceği, şimdiki zamanla geçmiş iç içe anlatır. Aynı zamanda geçmiş iki ayrı yerdeki olayı kendisi yerinde görmüş gibi anlatarak, zaman kavramını ortadan kaldırır. Yazılarında gözlemlerinin yanında bazen hayal gücünün yarattığı olaylar da yer alır. Bu kendi döneminin “eğlendirici” üslubunun da bir ürünü sayılabilir.

Evliya Çelebi kuşkusuz Türk gezi (turizm) edebiyatının en büyük yazarıdır.

Evliya Çelebi'nin *Seyahatnamesi* yalnız 17. Yüzyıl Osmanlı Dünyası için değil; Kafkasya, Arap Ülkeleri, Balkanlar, Orta Avrupa... bakımından da önemli bir tarih, coğrafya, sosyoloji, kültür... ve *turizm atlası* niteliğindedir.

EVLIYA ÇELEBİ'NİN HAYATI

Şimdiye kadar Atsız'ın da belirttiği gibi, Evliya Çelebi hakkında yapılan incelemelerin en iyisi (Atsız, 2013) İslam Ansiklopedisi'nin 1947 yılındaki 33. fasikülünde yayınlanan merhum Prof. Cavid BAYSUN'un Evliya Çelebi maddesidir. Biz anılan Ansiklopedi'nin 2001 baskısından yararlandık (MEB, 2001: 400-412).

Esas olarak memur ve asker olan Evliya Çelebi'nin babası olan *Saray Kuyumcubaşısı Derviş Mehmed Zilli*; Evliya Mehmet Efendi'nin yakın dostu idi. Bu sebeple oğluna Evliya adını verdi.

Evliya Çelebi 25 Mart 1611'de, İstanbul'da Unkapanı'nda doğdu.

Ailesinin kökü Kütahyalıdır. Fetihden sonra İstanbul'da yerleşmişlerdir. Fakat Kütahya'nın Zereğen Mahallesi'ndeki evlerini muhafaza etmişlerdir. Ayrıca Bursa, Manisa ve Sandıklı'da da mülkleri vardı.

Babası, Kuyumcubaşısı Derviş Mehmed Zilli 1648 Temmuzunda, hicri hesaplara 117, şemsi tarihle 114 yaşında olarak öldü. Demek ki 1534 doğumlu idi.

Evliya Çelebi kendi soy kütüğünü sayarken dedesini “Kara Ahmed”, dedesinin babasını “Demircioğlu Şehit Kara Mustafa Paşa”, dedesinin dedesini “Turhan Bala” olarak göstermektedir. Turhan Bala'nın babası olarak “Yavuz Özbek”, yahut “Yavuz Er” veya “Yavuk Er” adında bir sancak beğinden bahsetmektedir. Bu Yavuz yahut Yavuk Er, İstanbul fethinde bulunmuştur. Ganimet malından kendi payına düşenle Unkapanı'nın iç yüzünde Sağrıcılar Camisi

ile 100 dükkân ve bir ev yaptırmış, Evliya Çelebi bu evde doğmuştur.

Evliya Çelebi'nin anası bir Abaza kadınıdır. Bu kadın, sadrazamlığa kadar yükselen Melek Ahmed Paşa'nın anasıyla ya kardeş yahut da teyze çocuğudur. Bu hısımlık sebebiyle Evliya Çelebi'nin Melek Ahmed Paşa ile arası çok iyi olmuştur.

Evliya Çelebi'nin anası, I. Ahmed çağında genç kız olarak saraya getirilmiş ve Kuyumcubaşısı Derviş *Mehmed Zilli* ile evlendirilmiştir.

Mehmed Zilli (1534-1648), Kanuni Sultan Süleyman'ın birçok seferlerinde ve II. Selim çağındaki Kıbrıs fethinde (1570-1571) hazır bulunmuş, Padişaha Magusa'nın anahtarlarını takdim etmiş, I. Ahmed çağında da (1603-1617) eliyle yaptığı Kâbe'nin altın oluklarını sürre emanetiyle Hicaz'a götürmüş ve Sultan Ahmed Camisi'nin tezyinat işlerinde çalışmıştır. Konuşması tatlı ve şair olduğu için hizmet ettiği padişahların musahipliğine kadar yükselmiştir.

Evliya Çelebi'nin *Mahmud* adında bir erkek kardeşiyle birkaç kız kardeşi varsa da bunlardan yalnız bir tanesinin, devlete isyan ederek 1632'de idam edilen Balıkesirli İlyas Paşa'nın zevcesi olan “İnal”ın adını zikretmiştir.

Evliya Çelebi, ilköğrenimden sonra Unkapanı'ndaki Fil Yokuşu'nda, Şeyhülislam Hamid Efendi Medresesi'nde *Müderriş Ahfeş Efendi*'den 7 yıl ders gördü. Bu sıradaki ders ortağı (o zamanki tabiriyle ders şeriki), yani aynı hücrede kaldığı arkadaşı, sonradan Osmanlı Tarihi'ne geçen ve “Cinci Hoca” diye tanınan *Hüsejin Efendi* idi. Bu medresedeki 7 yıllık dersin Evliya Çelebi'yi, zamanımız tabiriyle, yükseköğrenim mezunu seviyesine getirmeyeceği aşikârdır ve zaten *Seyahatnamesi*nden de bu anlaşılmaktadır. Evliya Çelebi, Sâdizâde Dârülkurrâsi'nda hafız olmuş, babasından da kuyumculuğa dair bazı şeyler öğrenmiştir. Daha sonra Enderun'da tahsiline devam etmiştir. Burada *Güğümcübaşı Mehmed Efendi*'den “yazı”, *Münasip Derviş Ömer Gülşeni*'den “musiki”, *Keçi Mehmed Efendi*'den “Arapça gramer”, babasının dostu olan ve kendisine Evliya adının verilmesinde âmil bulunan *Evliya Mehmet Efendi*'den de “tecvid” dersleri aldı.

Evliya Çelebi seyahate âşıktı. İstanbul ve çevresindeki dolaşmalarına 1630'da, yani 19 yaşlarında iken

başlamıştı. Sesi güzeldi ve aldığı dersler arasında en çok musikiden ileri gitmişti.

1635'te (yani 24 yaşında iken) Ayasofya'da IV. Murad'ın huzuruna çıkarıldı ve Has Kiler'de vazife verildi. Bir gün sarayda IV. Murad'ın huzuruna kabul olunarak besteler okudu ve nükteli konuşmasıyla Padişahın çok hoşuna gitti. Bu tesir kuvvetli olmuş olacak ki Padişahın kederli zamanlarında huzura çıkarılarak tatlı sözleriyle onun kederini azaltmaya başladı.

Sarayda 4 yıl kadar kaldıktan sonra Padişahın Bağdat seferinden (Nisan 1638) biraz önce çırağ edilecek 40 akça maaşla Sipahiler zümresine girdi.

Bundan sonra meşhur seyahatlerine başladı. Önce 1649'ta kısa bir Bursa ve İzmit seyahati yaptı. Sonra, babasının oğulluğu olup Trabzon valiliğine tayin edilen Ketenci Ömer Paşa ile birlikte Trabzon'a gitti.

1641 Nisan'ında Azak Kalesi'nin Rus Kazakları'ndan geri alınması için Hüseyin Paşa kumandasında yapılan sefere katıldı. Kış bastırıp da Azak alınamayınca *Kırım Hanı Kürey Han* ile Kırım'a döndü. Onun maiyetinde olarak 1641-1642 kışını Bahçesaray'da geçirdi.

1642 yazında Azağ'ın geri alınışı harekâtına katıldı. Han'dan izin alarak İstanbul'a dönerken Karadeniz'de korkunç bir fırtınaya yakalandı. Gemileri battı. Kendi ifadesine göre üç gün, önce geminin bir sandalı, sonra da büyük bir tahta parçası üstünde ölümle pençeleştiikten sonra, bugünkü Bulgaristan kıyılarına çıkıp canını kurtardı. Bir Türk köyünde epeyce hasta yattıktan sonra, İstanbul'a gelerek 4 yıl kadar kaldı ve bundan sonra Karadeniz'de gemiyle yolculuğa tövbe etti.

1645 baharında Girit seferine çıkan Yusuf Paşa kumandasındaki ordu ile Hanya fethinde bulundu. Sonra İstanbul'a döndü.

1646'da *Erzurum Beğlerbeği Defterdarı Mehmed Paşa*'ya müezzin ve Erzurum gümrük kâtipliğine tayin edilmiş olarak onunla ve kalabalık maiyeti ile 12 Eylül'de İstanbul'dan hareketle Anadolu'nun birçok şehir, kasaba ve köylerinde konaklamak suretiyle Erzurum'a gitti.

Tebriz Hanı'nın elçisine yoldaşlık ederek Azerbaycan ve Gürcistan'ın bazı yerlerini gördü. Bir takım vazifeler dolayısıyla Revan, Gümüşhane ve Tortum'a giden, sınır paşalarının Gürcistan se-

ferinde bulunan Evliya Çelebi, 1647-1648 kışını Erzurum'da geçirdi.

Erzurum Beğlerbeği Defterdarı Mehmed Paşa, Kars'a tayin edilip, bu vazifeyi kabul etmeyerek İstanbul'a hareket edince Evliya Çelebi de ona katıldı.

Defterdarı Mehmed Paşa o sırada hükûmete karşı isyan etmiş bulunan *Varvar Ali Paşa*'yı tenkile memur edilenler arasındaydı. Fakat hükûmete güvenemediği için bu emri dinlemediği gibi, diğer Anadolu paşalarıyla anlaşmaya çalışıyor, bu sebeple Evliya Çelebi'yi kurye olarak kullanıyordu. Evliya Çelebi bu gidiş gelişlerinin yolunu şaşırıp ünlü Celâliiler'den *Kara Haydarı* ile *Katırcıoğlu*'nun arasına bile düştü.

1648 yazında İstanbul'a geldi. Babası çok yaşlı olarak bu sırada ölmüştü. Miras işlerini hallettikten sonra *Şam Beğlerbeğisi Murtaza Paşa*'ya kapılanarak 1648 Ağustos'unda, Şam'a gitmek üzere onunla yola çıktı. Ekimde Şam'a vardılar. *Murtaza Paşa* tarafından vazifeye gönderilmek suretiyle Suriye ve Filistin'in birçok yerlerini gördü.

Murtaza Paşa, Sivas'a tayin edilince onunla birlikte Sivas'a gitti. Vergi toplamak için Orta ve Doğu Anadolu'nun birçok yerlerini gezdi.

Murtaza Paşa, Sivas'tan azledilince onunla 14 Temmuz 1650'de İstanbul'a döndü.

Bu sırada *Melek Ahmed Paşa* sadrazam oldu (5 Ağustos 1650). Hısım oldukları için Paşa, Evliya Çelebi'yi kendisine müşahip ve mahrem edindi.

21 Ağustos 1651'de *Melek Ahmed Paşa* büyük vezirlikten azlolunup Özi Beğlerbeğiliğine tayin olunca Evliya Çelebi de onunla beraber gitti. Rumeli'nin birçok yerlerini gezdiği bu yolculuğa 1651 yılının Eylül ayı ortalarında başladı.

Melek Ahmed Paşa, Rumeli Beğlerbeğiliğine tayin olunca yine onunla birlikte Sofya'da bulundu. Paşa azlolununca 1653 Temmuz'unda İstanbul'a döndü. Bir süre İstanbul'un gezinti yerlerinde eğlendi. 1655 başına kadar İstanbul'da kaldı.

Melek Ahmed Paşa, Van Beğlerbeğiliğine tayin olunca onunla birlikte giderek Doğu Anadolu'nun büyük bir bölümünü görmüş oldu. İranlılar tarafından götürülen koyun sürülerinin geriye verilmesini sağlamak ve *Bağdat Valisi Murtaza Paşa*'nın İranlılar'a esir düşmüş olan kardeşini kurtarıp Bağdad'a getirmek vazifeleriyle İran'a ve oradan da Bağdad'a gitti. Buradan Van'a döndü.

Melek Ahmed Paşa yine Özi Eyaleti'ne vali tayin olunca 26 Temmuz 1655'te İstanbul'dan kalkarak onunla birlikte eyalet merkezi Silistre'ye gitti.

26 Mayıs 1657'de Macar Rakoczi üzerine yapılan sefere katıldı. Bu sırada *Kırım Hanı IV. Mehmed Kirey Han*'ın hizmetine girdi. Güney Rusya'ya yapılan akınlara ve Özi'ye saldıran Rus Kazakları'nın bozgunu ile biten savaflara katıldı. Bu zafer haberini İstanbul'a ulaştırıp yine vazifesi başına döndü. Eyalette birçok yerleri dolaştı.

10 Aralık 1657'de İstanbul'a döndü. *Melek Ahmed Paşa*'nın zevcesi Kaya Sultan'ın bahçesinde hoş vakitler geçirerek dinlendi.

Melek Ahmed Paşa, Bosna Beğlerbeği olunca onunla birlikte yola çıktıysa da Büyük Çekmece'de *Sadzam Köprülü Mehmed Paşa*'nın adamları tarafından yaralanarak tedavi için İstanbul'da bir ay kaldı.

1658'de Bursa, Çanakkale ve Gelibolu yörelerine gidip geldi.

9 Kasım 1659'da Buğdan'ın yeni Voyvodası *Stefanitza*'yı memleketine götürülenlerle birlikte Edirne'den kalkarak Romanya'ya doğru gitti. Yaş Ovası'nda *Eflak Voyvodası Minnea* ile yapılan savaşta bulundu. Sonra Kırım atlılarıyla birlikte akınlara katılıp Edirne'ye döndü.

26 Nisan 1660'ta *Köse Ali Paşa*'nın maiyetinde olarak Varad seferine katıldı. Bu kalenin fetihnamesini Bosna Beğlerbeğisi *Melek Ahmed Paşa*'ya götürdü. Evliya Çelebi bu sırada Bosna eyaletini dolaşmış ve akınlarda bulunmuş, hatta Venedik topraklarına kadar uzanmıştır.

Melek Ahmed Paşa yeniden Rumeli Beğlerbeğisi olunca Sofya'ya gitti. Yine vergi toplamak için birçok yerler dolaştı.

29 Temmuz 1661'de, Tımişvar Ovası'nda, Erdel seferine giden Köse Ali Paşa ordusuna rastlayıp ona katıldı. Kırım atlılarıyla birlikte düşmanla çarpışıp Erdel'i bir hayli dolaştı. Belgrad'da kışladı.

Baharda Arnavutluk'ta vergi topladıktan sonra 4 Nisan 1662'de İstanbul'a döndü.

10 Mart 1663'te *Fazıl Ahmed Paşa* ordusuyla birlikte Alman (Nemse) seferine çıktı. Bu seferin birçok kısımlarına katıldı. Seferin devamı sırasında Belgrad'dan Hersek'teki *Sührab Mehmed Paşa*'ya mektup götürdü. Venedik sınırındaki hareketlere katıldı. Macaristan'a döndükten sonra Zrinvar ve Raab savaşlarında bulundu. Budin'den Eğri'ye gi-

derek oraları gezdi. Peşte'de *Kara Mehmed Paşa* ile buluştu. Vasvar barışından sonra Viyana'ya elçi gönderilen Paşa'nın maiyetinde Viyana'ya gitti. 9 Haziran 1665'te Viyana'ya girdi. *Almanya İmparatoru I. Leopold*'dan aldığı pasaportla çevreyi gezindi. Viyana'da bulunduğu sırada, vaktiyle, 1647'de Erzurum'da katıldığı bir cirit oyununda *Seydi Ahmet Paşa*'nın attığı ciritle kırılmış olan dört dişinden üçünü usta bir dişçiye tedavi ettirdi.

29 Haziran 1665'te Viyana'dan çıkarak çevreyi de gezmek suretiyle Macaristan'a döndü. Eyalet ve sancaklardaki kaleleri yoklamaya memur edildi. Oradan Erdel, Eflak ve Buğdan yoluyla Kırım'a gitti. 1665 yılı içinde ve herhalde güz başlarında, *Kırım Hanı IV. Mehmed Kirey* ile Rus Kazakları arasında bir savaşa katıldı.

Kırım'dan kara yolu ile Kafkasya'ya geçti. Dağıstan'ı, Hazar kıyılarını ve İdil ırmağı ağzını dolaştı. Bu sırada Terek kalesinde iken Azağ'a gitmekte olan bir Rus elçisinin kafilesine katıldı. Azağ'a gelince Osmanlı Ordusu'nun Girid seferine çıktığını duydu. Kefe üzerinden Bahçesaray'a gitti. *Adil Kirey*'in bazı akınlara katıldıktan sonra kara yolu ile (Karadeniz'den geçmeye tövbeliydi) 11 Mayıs 1668'de İstanbul'a geldi.

26 Aralık 1668'de İstanbul'dan çıkarak Edirne, Gümülçine, Selanik, Tesalya ve Mora'yı dolaştı. Anabolı'den gemiyle Girid'e gitti. Kandiye'nin fethi için yapılan savaflara katıldı ve fethi gördü.

1670 Nisan'ında Girit'ten ayrılarak bazı Osmanlı kuvvetleriyle birlikte Yunanistan'da, Mayna'daki isyanın bastırılmasında bulundu. Oradan Arnavutluk'a geçerek bu ülkenin birçok yerlerini dolaştı. 28 Aralık 1670'te İstanbul'a döndü.

Nihayet Hacca gitmeye karar vererek dostlarından *Saili Çelebi* ile 21 Mayıs 1671 (=12 Muharrem 1082) de yola çıktı. Henüz görmediği Sakız, Siyam, İstanbul, Rodos adalarını; Adana, Maraş, Ayıntap, Kilis taraflarını gezdi. Şam'a uğrayıp *Şam Beğlerbeğisi Hüseyin Paşa*'nın da katıldığı hacı kafilesiyle Hacca gitti.

Hacdan sonra *Hüseyin Paşa*'dan ayrılarak Mısır hacılarına katıldı. Onlarla birlikte Mısır'a gitti. Mısır'da 8-9 yıl kaldı. Mısır, Sudan ve Kuzey Habeşistan'ı bu sıralarda gezdi.

Evliya Çelebi'nin ne zaman öldüğü, nerede gömülü olduğu belli değildir. Prof. Cavid Baysun bir takım karinerlerle 1682'de ölmüş olacağını kabul ediyor.

Evliya Çelebi evlenmemiştir. İnce yapılı olmasına rağmen sağlam ve çevik olduğu, Kırım atlılarıyla yaptığı akınlardan ve cirit oyunlarına katılmasından anlaşılıyor. Sık sık Kırım hanlarının yanına gitmesi ve soy kütüğünü sayarken çok yukarlarda bir "Allahverdi Akay" dan bahsetmesi Kırım'la bir kan bağı ihtimalini de akla getiriyor. Çünkü "Akay" kelimesi tam Kırım ağzıyla bir kelimedir ve bizim "ağa" (aka) nın karşılığıdır.

Evliya Çelebi mevki ihtisarı göstermemiş, fakat seyahat ihtisarı büyük olmuştur. Ufak tefek vazifelerden aldığı para ile paşaların ve Kırım Hanı'nın verdiği hediyeler ve savaşlardan elde ettiği ganimetler, bir de mütevellisi olduğu ata mülklerinden gelen para kendisine ve kölelerine yetmiştir.

Zamanına göre yüksek tahsil yapamamışsa da gördükleriyle kültürünü tamamlamıştır.

Hattat, nakkaş, müzikçi, şair ve biraz da kuyumcudur. Nesri, kendi çağının ağdalı nesri olmayıp çoğu zaman sade, tekellüfsüz bir nesirdir. Hatta bazen o kadar güzel ve orijinaldir ki Atsız'a (2013) göre Evliya Çelebi'ye 17. Yüzyılın Dede Korkud'u denebilir. Bütün bunlardan başka bir yönü daha vardır. Askerdir. Birçok savaşlara gitmiştir.

Evliya Çelebi seyahat gayesini başarabilmek için herkesle iyi geçinmeye mecburdu. Zaten yaratılıştan huysuz bir adam değildi. Nâzik, güler yüzlü idi ve herkesin hoşuna giden bir şahsiyeti vardı. Fakat dalkavuk değildi.

Zevk ehli idi. Mesirelerde kalmış, meyhaneleri do-laşmıştır. Ağzına içki koymadığını söylemesi her halde "esmayı üstüne sıçratmamak" (davranışlarıyla belayı üstüne çekmemek!) için olmalıdır. Ahmed Yesevi soyundan geldiğini iddia edip din ve tasavvuf davası gütmesi dolayısıyla dinin ve devletin yasakladığı içkiyi içmemiş görünmek lüzumunu duymuştur.

SEYAHATNAME'NİN DİBACESİ (ÖZSÖZÜ): "SEYAHAT YA RESULULLAH!"

Ünlü seyahatnamenin bir de ünlü "GİRİŞ"i vardır!

Evliya Çelebi "SEYAHAT" tutkusunun kendine nasıl perçinlendiğini ve ilahi bir kadere PEYGAMBER BUYRUĞU'na döndüğünü yine o lirik üslubuyla anlatır (Çevik 1993).

(Çalışmamızın bu kısmında 10 ciltlik Evliya Çelebi Seyahatnamesi'nin Üçdal Belde neşriyatından yayınlanan tam metninden faydalanılmıştır)

...Onların saltanat devirlerinde Hicri (1041) tarihinde yaya olarak Beldevi Tayyibe, yani Kostantiniyye (İstanbul) etrafında bulunan köy ve kasabaları, binlerce bahçe, gül ve gülistanlı İrem bağlarını gezip görerek *gönlüme büyük seyahat arzuları doğmuştu*. "acaba baba, anne, üstad ve kardeş kahurlarından nasıl kurtulup, *"dünyayı dolaşırım"* diye düşünür, her an Allah'tan dünyada vücut sıhhati ve *büyük seyahat* son nefsimde de iman ricasında bulunurdum. (...) Yedi iklimin ve dünyanın dört köşesinin durumları hakkında konuşmaları dinledikçe, *seyahat etmeyi daha çok arzu ediyordum*. "Acaba dünyayı gezip, Arz-ı Muhasebe, Mısır, Şam, Mekke ve Medine'ye varıp, ol varlıkların iftihar sebebi olan Hazreti Peygamberin türbesine yüz sürmek nasip olur mu" diye ağlar, inler ve kendimden geçerdim.

Hikmet-i Hûda, *seyahat ile birçok yerleri görmeye sebep olan ben hakir ve fakir, daima kusuru çok olan seyyah, (...) İstanbul'daki evimde yuvarlak yastığımda uyumak için yaslanmıştım*. 1040 senesi Muharrem ayının Aşure gecesinde (20 Ağustos 1630) yarı uyku halindeyken gördüm ki Yemiş İskelesi yakınında Ahi Çelebi Camii (...) ndeyim. Derhal caminin kapısı açıldı. Nurlu camiin içi baştanbaşa silahlı asker ve nurlu cemaat ile doldu... (...) Hemen yanımda oturan zâta bakıp "Sultanım siz kimlerdensiniz? İsminizi bahşeder misiniz" dedim. O da: "Aşere-i Mübeşşere'den, kemankeşlerin piri Sa'd ibni Ebi Vakkas'ım" deyince elini öptüm. "Ya sultanım, bu sağ tarafta nura bürünmüş güzel cemaat kimlerdir" dedim. "Onlar bütün peygamberlerin ruhlarıdır. Geri saftakiler evliyaların ruhlarıdır. Bunlar Peygamber'in sahabeleri ve yakınları Kerbela şehitleridir. Mihrabın sağındakiler Ebubekir ve Ömer, solundakiler Osman ve Ali, mihrabın önündeki Üveysü'l-Karani'dir. Caminin solunda, duvar dibindeki esmer adam senin pirin, müezzin Bilâl-i Habeşî'dir. Bu ayak üzre cemaati saf saf sıraya koyan kısa boylu adam Amr Ayyâr-i Zamiri'dir. İşte bu bayrak ile gelen kızıl kanlı elbiseli askerler Hamza ile bütün şehitlerin ruhlarıdır" diye camideki cemaati birer birer bana gösterip herhangisine gözüm değdiyse basıp göz âşinalığı ile taze can buldum.

"Ya sultanım, bu cemaatin bu camide toplanmalarının sebebi nedir" dedim. "Azak taraflarında Müslüman ordularından Tatar askeri sıkıntıda olmakla Hazretin (=Peygamberin) himayesinde olanlar bu İstanbul'a gelip oradan Tatar Hanı'na yardıma gideriz. *Şimdi Peygamber Hazretleri dâhi Hasan, Hüseyin*

ve On İki İmamlar ve benden ayrı Aşere-i Mübeşşere ile gelip sabah namazının sünnetini kılıp kaamet eyle diye işaret buyurur. Sen dahi yüksek sesle tekbir getirip sonra Kûsri ayetini oku. Sonra Peygamber Hasretleri mihrapta otururken elini öpüp şefâat yâ Resûlullah diyip yardım rica et” diye Sa’d İbni Ebi Vakkâs bana öğretti.

Cami kapısından parlak bir ışık peyda olduğunu gördüm. Caminin içi nur dolunca bütün sahâbelerle peygamberlerin ve evliyaların ruhları ayağa kalktılar. Peygamber Hazretleri yeşil bayrağı dibinde, yüzünde nikabı, elinde asâsı, belinde kılıcı ile sağında Hasan, solunda Hüseyin ortaya çıkınca sağ ayağı ile camiye Bismillah ile girip mübarek yüzünden örtüsünü açıp “essalâmü aleyke yâ ümmeti” (Ey ümmetim, sana selam olsun) buyurdular. Mecliste hazır olanlar da “ve aleykümü’sselâm yâ Resûlallah ve yâ seyyidi’l-ümem” (Ey Tanrı’nın elçisi ve milletlerin efendisi, size selam olsun) diye selâm aldılar.

Hazret hemen mihraba geçip iki rek’at sabah namazı sünnetini eda edip bitirince bana bir korku ve vücuduma bir titreme geldi. Sonunda Sa’d İbni Ebi Vakkâs’ın öğrettiği gibi hizmetimi tamamladım. Hazret mihraptan ayağa kalkarken Sa’d İbni Ebi Vakkâs elimden tutup Hazretin huzuruna götürdü: “Sadık âşıklarından ve iştiyaklı ümmetinden Evliya kulun şefaatinin rica eder” diyip bana da “mübarek elini öp” deyince ağlayarak mübarek elini küstahça öpüp heybetinden şaşırarak “şefaati yâ Resûlallah” diyecek yerde “seyahat yâ Resûlallah” demiştim. Hazret hemen gülümseyip: “Allah sıhhat ve selâmetle şefaatinin, seyahati ve ziyareti kolay kılsın” dediler.

Oradakilerden hepsinin elini öpüp hepsinin hayır duasını alarak gidiyordum. Peygamber Hazretleri mihraptan “essalâmü aleyküm yâ ihcan” diyip camiden dışarı çıkınca bütün sahabeler bana hayır dua ettiler ve camiden çıkıp gittiler. Sa’d Hazretleri hemen belinden sadağını çıkarıp belime kuşatarak tekbir getirdi: “Yürü! Ok ve yayla gazâ eyle. Tanrı seni koruyup esirgesin. Sana müjde olsun: Bu mecliste ne kadar ruhlarla görüşüp ellerini öptünse hepsini ziyaret etmek nasip olacak. Dünya seyyahı ve insanların meşhuru olacaksın. Ama gezip tozduğun memleketleri, kaleleri, şehirleri, acayip ve garip eserleri, her diyarda yapılan güzel şeyleri, yiyecek ve içeceklerini, şehirlerinin boylam ve enlemlerini yazıp fevkalâde bir eser meydana getir ve benim silahımla iş görüp dünya ve ahret oğlum ol. Doğru yolu elden bırakma. Kinden, gazezden uzak kal. Tuz, ekmeğin hakkını gözle. İyi dost ol. Kötülerle arkadaş olma.

İyilerden iyilik öğren” diye öğüt verip alımdan öperek Ahı Çelebi Camisi’nden çıkıp gitti.

Ben şaşkına dönüp uykudan uyandım. Acaba bu bir rüya mıdır, gerçek midir, yoksa doğru rüya mıdır diye düşünüp ferahlık ve gönül açıklığı duydum. Sonra temiz abdest alıp sabah namazını kıldıktan sonra İstanbul’dan Kasımpaşa’ya geçip tâbirci İbrahim Efendi’ye rüyamı tâbir ettirdim. “Cihanı gezen bir seyyah olup işin hayırla sona varır ve Hazretin şefaati ile Cennete girersin” diye müjdeledi.

EVLIYA ÇELEBİ SEYAHATNAMESİ

Evliya Çelebi Seyahatnamesi ile ilgili olarak hayatını kronolojik olarak incelediğimiz II. Bölümümüzde, yazdıklarımız ile ilgili fikir sahibi olunabilir.

Evliya Çelebi tam on ciltlik bir seyahatname bırakmıştır. Seyahatname uzun zaman basılamamıştır. Hâlbuki İstanbul’da bu eserin ayrı ayrı üç kütüphanede (Pertev Paşa, Hacı Beşir Ağa ve Yıldız Kütüphanesi) tam nüshaları vardı. Seyahatname ilk olarak 1848 yılında Kahire’de “Müntehâbât-ı Evliya Çelebi” adıyla yayınlanmıştır.

Seyahatname yazılışından 200 sene sonra ancak 1896 yılında, yani 19. yüzyılda basılabilmştir.

İlk adım gazetesi sahibi Ahmet Cevdet Bey ile Necip Asım Bey Pertev Paşa Kütüphanesindeki nüshayı esas alarak 1896 yılında eseri yayınlamıştır.

Seyahatname’ nin 1902 yılına kadar ancak ilk 6 cildi yayınlanabilmiştir. Yedinci ve sekizinci ciltleri 1928’de Türk Tarih Encümeni; 9 ve 10. Ciltleri ise 1935-1938 yıllarında yeni harflerle Türkiye Cumhuriyeti Maarif Vekâleti tarafından yayınlanmıştır.

Yapı ve Kredi Bankası Yayınları ilk yayınından yüz sene sonra 1996 yılında Seyahatname’ nin yayınına başlamıştır (Dağlı ve Kahraman 2004).

2011 yılı Unesco tarafından *Evliya Çelebi Yılı* olarak anılmıştır. Bu münasebetle Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, *Evliya Çelebi: İnsanlık Tarihine Yön Veren 20 Kişiden Biri*, Ülkü Çevik Şevk imzasıyla, soru-cevap şeklinde tanıtıcı bir kitap yayınlamıştır (Şevk 2011).

Evliya Çelebi Seyahatnamesinin önemini anlamak için ciltlerin oluşturduğu konulara göz atmak yerlidir.

Birinci Cilt

İstanbul’un tarihi. İstanbul’daki ziyaret yerleri, camiler, saraylar, padişahlar, İmparatorluğun idari

düzeni, mescitler, medreseler, tekkeler, tımarhaneler, hamamlar, hastaneler, vezir vüzera konakları, kervansarayları, sebiller, esnaf teşkilatı, ziyaret yerleri, demiryolları, menziller,...

İkinci Cilt

İstanbul'dan Mudanya'ya deniz yoluyla gerçekleştirilen çok güzel hikâye edilmiş bir yolculukla başlıyor. Bursa'dan sonra Bolu üzerinden Karadeniz kıyılarındaki Trabzon başta olmak üzere büyüklü küçüklü belli başlı şehirlere; Erzurum yoluyla İran'a, Kafkasya'ya Kırım'a; Malta gazasına, Girit'e uzanan seyahatler... Savaşlar, iç karışıklıklar, çekişmeler ve özellikle Kafkas şehirleri ve halklarıyla ilgili çok ilginç tespitlerle dolu bir dönemin hikâyesi... Ayrıca Evliya Çelebi'nin fırtınalı hayatından da kesitlerden oluşuyor...

Üçüncü Cilt

Yarım yüzyıl boyunca gezip gördüğü coğrafyayı sözcükleri ile adeta oya gibi işleyen Evliya Çelebi; bu ciltle de Konya, Kayseri, Şam, Urfa, Maraş, Sivas, Gazze, Sofya ve Edirne'yi anlatıyor... Dönemin devlet adamları, dervişlerin garip halleri, köy ve kasabaların durumları, mal tahsilleri... sıcak bir anlatımla gözlerimizin önüne seriliyor...

Dördüncü Cilt

Evliya Çelebi Seyahatnamesi'nin dördüncü cildinde, Osmanlı Devleti'nin doğu ve güneydoğu bölgelerinde gezip dolaşılıyor. Dost meclislerinde bulunuyor, ziyafet sofralarına konuk oluyor, savaşlara katılıyor, tehlikelere atılıyor... Bazen de tatlı canını zor kurtarıyor. Özellikle gezdiği bölgelerin yerleşik kavimlerinin, inançlarını, adetlerini, yiyecek ve içeceklerini başka bir kaynaktan bulamayacağımız kadar ayrıntılı olarak anlatıyor. İlk uğradığı şehir Malatya'dır. Daha sonra Diyarbakır'a geçip, bu tarihi şehri uzun uzun anlatır. Bitlis'e geçen Evliya Çelebi kaldığı Bitlis Han'ı Abdal Han'ı zamanını en bilge kişisi olarak bize tanıtır. Bitlis Beyliği'ni, dolaşısıyla o tarihlerde yurtluk ve ocaklık olarak hüküm süren doğudaki diğer beylikleri, Bitlis Han'ıyla yapılan savaşı ve yeni han seçilmesini anlatır.

Seyahatname'nin bu çok renkli cildinde Evliya Çelebi hem çok yerler gezip görür, hem çok savaşlara katılır, hem de inanılması güç maceralar yaşar.

Beşinci Cilt

Bu ciltte doğu gezisini tamamlayıp batıya yönelir. Uzun süre kaldığı Bitlis'ten ayrılıp Tokat yoluyla İstanbul'a gelir. Şimdiye kadar bütün seyahatlerini paşalarla birlikte ve bazen de görevli olarak yapan Evliya Çelebi, elli bir yıl süren gezisi boyunca bir defa padişahın mahiyetinde seyahate çıkmıştır. Bu da Sultan IV. Mehmed'le birlikte Kale-i Sultaniye'ye kadar devam eden seyahattir. Daha önce yaptığı Balkanlar gezisinden sonra, bu sefer başladığı Avrupa yolculuğu yıllar boyunca sürecektir ve Kafkasya, Kırım, Romanya, Macaristan, Sırbistan, Adriyatik kıyıları, Arnavutluk, Yunanistan, Girit'e kadar uzanacaktır. Avrupa kıtasında tabii ki Osmanlı topraklarında gezip görmediği yer kalmayacaktır. Ayrıca Avusturya, Slovenya, Çek, Lehistan gibi Osmanlı komşularının topraklarını da gezecek, hatta bazı yerlere tekrar tekrar gidecektir.

Altıncı Cilt

Evliya Çelebi Seyahatnamesi'nin altıncı cildinde seyahatinin tamamını Avrupa'da geçirmiştir.

Bu cilt Doğu Avrupa ve özellikle Macaristan tarihi için çok önemlidir. Macarlar da bu cilde özel önem vermişlerdir.

Evliya Çelebi gezip dolaştığı pek çok ülkede olduğu gibi Macaristan'da da o gün mevcut olan kaleler, şehirler, kasabalar ve köylerden pek çoğu günümüze gelememiş ve tarihe karışmıştır...

Bu ciltte gezdiği yerler: Erdel, İskenderiye, Podgorica, İştib, Lotça, Vidin, Sirem, Ösek, Peçoy, Budin, Üstürgon (Estergon), Cigerdelen, Öziçe, Taşlıca, Foça, Dobro-Venedik, Nova, Mostar, Segitvar, Zagreb, Konije, Macaristan, Hollanda,...

Evliya Çelebi, bu ciltteki seyahatleri boyunca da hem gezip görmüş, hem savaşmış, hem yenilginin acısını, hem de zaferin sevincini yaşamıştır. Bizzat katıldığı savaşlara ait anlattığı hikâyeler de tarihin bu yıllarına ışık tutmaktadır.

Yedinci Cilt

Bu ciltte de Kırım, Kafkasya, Rusya ve Avrupa konu edilmektedir.

Kırım, Kafkasya ve Kazan tarihi ile ilgili geniş bilgilere yer verir. Seyyah bu ciltte çok geniş yer tutan Avusturya seyahatinden sonra Karadeniz'in kuzeyine geçer. Bu bölgelere ait, özellikle gidip görülmesi zor olan yerlere ait değerli bilgiler verir.

Bu ciltte gezdiği yerler Kanije, Eğri, Hatvan, Yanık, Viyana, Sanlok, Segedin, Çemad, Vorat, Eflak, Boğdan, Bükreş, Ferahkirman, Moldova, Ukrayna, Gözlev, Balıklava, Kırım, Bahçesaray, Kafe, Çerkezistan, Kabartay, Tavustan, Dağıstan, Ejderhan, Kalmukistan, Saray, Kazan, Moskova, Azak, Azerbaycan,

Evliya Çelebi bu seyahat boyunca gezip görmüş olduğu Avrupa kültürüne vakıf olmuş, kuzeyin soğuk şehirlerinde dolaşmış, tarihe karışmış uygarlıklara ait bugün ulaşılamayacak bilgileri bize aktarmıştır.

Sekizinci Cilt

Evliya Çelebi bu sefer, Batı Trakya üzerinden Mora yarımadasına geçip Girit seferi için asker toplar, ardından Girit'e geçer. Girit'te üç sene kaldıktan sonra Arnavutluk'a gider. Oradan Balkanlardan Tekirdağ'a gelir. Çok uzun süren ve Osmanlı'ya çok pahalıya mal olan Girit fethine katılıp, bütün savaş sahnelerini bize anlatır.

Bu ciltte gezdiği yerler: Batı Trakya, Dimetoka, Fericik, Gümülcine, Kavala, Siroz, Selanik, Alasonya Kalesi, Tırhata Kalesi, Atina, Mora Yarımadası, Kefalonya, Anavarin, Moton, Koron Kalesi, Mizestre, Anapoli, Girit Adası, Hanya, Kandiye, Elbasan, Ohri, İstib, Tikveş, Usturumca, Hayrabolu, Tekirdağ'dır.

Evliya Çelebi bu seyahat boyunca kuzeyin soğuk ikliminden sıcak iklimlere inmiş, tarihe karışmış uygarlıklara ait bilgiler vermiş ve çok çetin geçen Girit Savaşı safhalarını ayrıntılı olarak aktarmıştır.

Dokuzuncu Cilt

Evliya Çelebi, bu ciltte, Anadolu'nun gezip görmediği yerlerini dolaşır. Batı ve Güney Anadolu'yu gezdikten sonra, Suriye ve Filistin üzerinden yıllarca özlemine çektiği Hac ibadetini yapmak üzere Hicaz'a gider. Mekke ve Medine'de gerçekleştirilen hac ibadetinin bütün usul ve şartlarını anlatır. Bu kutsal görevi yaptıktan sonra, ömrünün son yıllarını geçirmek üzere Mısır'a döner.

Bu ciltte gezdiği yerler: Kütahya, Uşak, Manisa, İzmir, Ödemiş, Tire, Aydın, Muğla, Antalya, Karaman, Tarsus, Adana, Ayıntap, Halep, Şam, Sayda, Kudüs, Akka, Medine, Mekke.

Evliya Çelebi bu seyahati boyunca yarım bıraktığı Anadolu seyahatini tamamlamış, hayatı boyunca

yanıp tuttuğu o kutsal toprakları ziyaret edip, hac emrini de yerine getirmiştir.

Onuncu Cilt

Evliya Çelebi Seyahatnamesi' nin onuncu ve son cildi tamamen Afrika kıtasına ayrılmıştır.

Hac seyahatinden Mısır'a döndüğünde, Mısır'ın bütün şehirlerini gezip görmüştür. Nil nehrinin Mısır için ifade ettiği önemi gördükten sonra Mısır'ın hayatı ve can damarı olan Nil'in doğduğu yeri merak etmiş ve büyük nehri takip ederek ekvatora kadar gitmiştir. Dönüşte Sudan'dan Habeşistan'a, oradan Somali'ye geçmiş, buradan da sahili takip ederek Cibuti üzerinden tekrar Mısır'a gelmiştir. Afrika toplumları ve Mısır'la ilgili çok ilginç ve geniş bilgiler verir.

Bu ciltte şu ülkeleri gezmiştir: Mısır, Sudan, Habeşistan (Entre ve Ütopya), Somali, Cibuti, Kenya ve Tanzanya'dır.

Evliya Çelebi bu seyahati boyunca, dünyanın en eski medeniyet merkezlerinden olan Mısır ve dolayısıyla Afrika'nın o günkü yerleşik yerleriyle ilgili geniş bilgiler vermiş ve dünya devletlerinin kısa bir özetini yapmıştır.

SONUÇ

Kendisini "*Seyyah-ı âlem nedim-i beni Âdem Evliyâyı bi-riyâ*" yani "*Dünya gezgini, insanoğlunun dostu, ikiyezlülükten uzak olan Evliya*" diye takdim etmekten hoşlanan Evliya Çelebi'nin yaptığı iş, müthiş bir iştir.

Evliya Çelebi'nin elli bir senelik macerası müthüştür, bunun yazıya dökülerek, on ciltlik muazzam bir "Seyahatname" kaleme alınması daha da müthüştür... Türk kültürünün en değerli birkaç eserinden biridir.

Evliya Çelebi başka milletlerin, özellikle gezip dolaştığı ülkelerin de dikkatini çekmiş, üzerinde birçok incelemeler yapılmış, kitaplar, makale ve tenkitler yazılmıştır. Evliya Çelebi'nin kendilerini ilgilendiren parçalarını Almanlar, Bulgarlar, Ermeniler, Farslar, Fransızlar, İngilizler, Macarlar, Romanlar, Ruslar, Sırp, Yunanlılar kendi dillerine çevirmişlerdir.

Evliya Çelebi Seyahatnamesi, bizim tarafımızdan maalesef gerektiği kadar üzerinde durulmamıştır. Bu muazzam eser üzerinde ciddi bir şekilde du-

rulmalıdır. “*Seyahatname*” kültürümüzün temel kaynaklarından. Bu temel kaynaktan bilimsel sonuçlar çıkarmak için uzun ve etraflı çalışmalara ihtiyaç vardır. Bu da bireysel çabaların yanında bilimsel kurumların işidir.

Bugün hızla gelişmekte ve değişmekte olan Anadolu şehirlerinde, birkaç yıl sonra, Evliya Çelebi'nin bahsettiği bazı anıtlardan eser kalmayacaktır. Bunları kaybolmadan önce yakalayıp, incelemek, tarihe karşı önemli bir sorumluluğumuzdur.

Tarihsiz hiçbir şey olmaz. Tarih olmaksızın hiçbir şey anlaşılmaz. Her şeyin tarihi bir temeli ve tarihi bir bağı vardır. Bu bağlamda Medeniyetin ve Medeniyetlerin Tarihi olarak gördüğümüz “Turizm Tarihi”nin de giderek önem kazanacağına inanıyoruz.

KAYNAKÇA

Atsız, N. (2013). *Evliya Çelebi Seyahatnamesinden Seçmeler*. İstanbul: Ötüken Yayınları.

Çevik, M. (1993). *Evliya Çelebi Tam Metin Seyahatname*, (Sadeleştiren: Tevfik Temelkuran, Necati Aktaş). Çevik Matbaacılık: İstanbul.

Dağlı, Y. ve Kahraman, S.A. (2004). *Günümüz Türkçesiyle Evliya Çelebi Seyahatnamesi*. 4. Baskı. Yapı Kredi Yayınları: İstanbul.

Milli Eğitim Bakanlığı, (2001). *İslam Ansiklopedisi*. Cilt 4. Milli Eğitim Bakanlığı: Eskişehir.

Şevk, Ü.Ç. (2011). *Evliya Çelebi: İnsanlık Tarihine Yön Veren 20 Kişiden Biri*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü.

NOT

Diyarbakır'da 6-7 Ekim tarihlerinde Ziya Gökalp'in müze evi yakılıp, yağmalandı...

Ziya Gökalp ülkemizde “Sosyoloji” nin kurucusudur.

Ziya Gökalp Selanik'te yayına başlayan “Yeni Lisan ve Yeni Ülke” cereyanının öncüsü, “Genç Kalemler Dergisi” nin kurucusudur.

Ziya Gökalp İttihat ve Terakki Fırkasında ve hükümetlerinde “Milli Kültür Politikası” nı başlatan ve teorisyenliğini yapan bir kültür, düşünce ve eylem adamıdır.

Ziya Gökalp Malta sürgününden sonra Ankara'ya geçmiş ve Atatürk'ün isteği ile Milli Mücadele'de Diyarbakır Milletvekili olmuştur.

Cumhuriyet Halk Fırkası, Müdafaa-i Hukuk Cemiyeti'nin yerine tek teşkilat olarak ortaya çıktıktan sonra bu partiye katılarak, partinin ve Yeni Türkiye'nin fikri tabanını oluşturacak prensipler üzerinde çalışmıştır.

Halk Fırkasının programını Ziya Gökalp yazmıştır.

Halk Fırkasının 6 okuna kaynak teşkil eden aslında Gökalp'in 12 ilkesidir. Gökalp bu ilkeleri “Doğru Yol, Hâkimiyeti Milliye ve Halk Partisi Umdelerinin Tasnif, Tahlil ve Tefsiri” adlı çalışmasıyla açıklamıştır.

Ziya Gökalp; Atatürk'ün “Hislerimin babası Namık Kemâl, fikirlerimin babası Ziya Gökalp” dediği kişidir...

Ziya Gökalp'in müze evinin yakılması Türkiye Cumhuriyeti'nin temellerinin kundaklanmasıdır.

Kimse çıkıp (Hürriyet Gazetesi'nde Doğan Hızlan (14 Ekim 2014) hariç) tek laf etmedi... Tek tepki yok!..

Dr. Mehmet Özdemir, T. C. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Lisansüstü Programı yarı zamanlı öğretim üyesi.

E-posta: mehmetozdemir22@yahoo.com



Iğdır'dan Dallas'a, Dallas'tan Kuşadası'na Uzanan Bir Başarı Öyküsü: Bahattin Rızaoğlu

Murat HANÇER

Oklahoma Eyalet Üniversitesi

GİRİŞ

Bahattin Rızaoğlu ile tanışmamız bundan 20 yıl öncesine kadar dayanır. Üniversiteden mezun olduktan sonra yurtdışında Lisansüstü sınavını kazanmıştım ve yurtdışında öğrenim gördükten sonra geri döneceğim okul, Adnan Menderes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu olarak belirlenmişti. Kendi mezun olduğum okula dönmenin heyecanı ile kayıt yaptırmak için Aydın'a gittim. O'nu ilk defa Aydın Turizm İşletmeciliği Yüksekokulu'nun yeni binası önünde merdivenler üzerinde dururken gördüm. Aydın ovasını yüksekten seyrederken sigarasını tüttürüyordu. Üzerinde daha sonra da uzun yıllar gördüğüm takım elbisesi vardı. Herhangi bir şey söylemeden okulun kapısından içeri girdim ve okuldan tanıdığım birisine 'kapıdaki kişi kim?' diye sordum. O zaman öğrendim ki bu kişi okuldaki yeni görevine başlayan Bahattin Rızaoğlu idi. Daha sonra biraz da çekinerek kendimi tanıttım ve yurtdışına gideceğimi, orada Lisansüstü öğrenim göreceğimi kendisine açıkladım. Bunu duyunca çok sevindi ve bana Amerika'ya gitmemi tavsiye etti. Bahattin Rızaoğlu'nun Amerika ve Dallas anılarını birçok defa keyifle dinledim ve orada kendi yaşadıklarım ile eşleştirdim. Böylece Aydın'daki bu tanışmamızdan sonra, daha uzun yıllar sürecek öğretim elemanı-öğrenci ilişkisinin ve daha sonra da çok samimi bir arkadaşlık ilişkisinin başlamasına adım atmış olduk.

ÖZGEÇMİŞİ, ESERLERİ VE YÜRÜTTÜĞÜ DERSLER

1947 yılında Iğdır'da doğan Bahattin Rızaoğlu ilk, orta ve lise eğitimini Iğdır'da tamamlar. Rızaoğlu, akademik kariyerine 1971 yılında Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Dış Ticaret ve Turizm Bölümü'nde başlar. 1975 yılında bu okuldan mezun olan Rızaoğlu, aynı zamanda yedi yıl süreyle Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı ilk ve orta dereceli okullar ile yetiştirme yurtlarında öğretmen-

lik, rehber öğretmenlik ve yöneticilik görevlerinde bulunur. 1975 yılında Milli Eğitim Bakanlığı'nın Türkiye Demir-Çelik İşletmeleri Genel Müdürlüğü adına, pazarlama dalında Yüksek Lisans eğitimi için açtığı sınavı kazanıp burslu olarak Amerika Birleşik Devletleri'ne gider. Rızaoğlu, 1978 yılında Dallas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nden Pazarlama dalında Yüksek Lisans derecesi alır.

Bahattin Rızaoğlu, 1979 yılında Amerika Birleşik Devletleri dönüşünde Türkiye Demir-Çelik İşletmeleri Genel Müdürlüğü Dış Alımlar Bölümü'nde yaklaşık iki yıl çalışır. 1981 yılında Uludağ Üniversitesi Balıkesir Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu'nda asistanlık görevine başlayan Rızaoğlu, 1984 yılında Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'na Öğretim Görevlisi olarak atanır. Bahattin Rızaoğlu, 1990 yılında Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nden "Genel Pazarlara Yönelik Yiyecek-İçecek Tesislerinde Menü Planlama ve Geliştirme" başlıklı tezi ile Doktora derecesini alır. Daha sonra Rızaoğlu, 1992 yılında Adnan Menderes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'na Yardımcı Doçent olarak atanır. Rızaoğlu, 1994 yılında Turizm İşletmeciliği Eğitimi alanında Doçent, 2003 yılında da Profesör unvanını alır.

Rızaoğlu, 1985-1988 yılları arasında Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda üç yıl müdür yardımcılığı ve 1988-1990 yılları arasında iki yıl müdür vekilliği görevlerinde bulunur. 1992 yılında göreve başladığı Adnan Menderes Üniversitesi'nde değişik kurullarda üyelikler yapan Rızaoğlu, aynı Üniversite'ye bağlı Turizm Fakültesi'nde Konaklama İşletmeciliği Anabilim Dalı Başkanlığı görevini de yürütür. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'ne bağlı olan Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans ve Doktora derslerini yürüten Rızaoğlu, birçok Yüksek Lisans ve Doktora tezinde danışmanlık görevini üstlenir. Rızaoğlu, İngilizce bilir.

Bahattin Rızaoğlu, akademik yaşamında birçok kitap, kitap bölümü, makale ve bildiri yayınlar ve yayınlarını turizm ile ilgili farklı alanlarda gerçekleştirebilir. Rızaoğlu'nun özellikle yayınlamış olduğu kitapları dikkat çeker. Turizm Pazarlaması, Turizm ve Toplumsallaşma, Turizmde Tanıtma, Turizm Davranışı, Menü ve Yönetim başlıklı kitapları ve kitap bölümü olarak yayınlanan Faktör Analizi, Rızaoğlu'nun çok yönlülüğünün bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Kitap ve kitap bölümlerinin yanında Rızaoğlu'nun, turizm pazarlaması, menü yönetimi, turistik tanıtma, turistik toplumsallaşma, taşıma kapasitesi, turizm planlaması, kat mülkiyetli otel, devre mülk, devre tatil sistemleri konularında da bildiri ve makaleleri bulunur.

Rızaoğlu, yayınlarının dışında birçok seminer, sempozyum ve kongrede oturum başkanı, katılımcı ve düzenleme kurulu üyesi, bilim kurulu üyesi ve danışma kurulu üyesi olarak yer alır. Rızaoğlu, farklı bilimsel dergilerde de hakemlik yapmaktadır. Lisans, Yüksek Lisans ve Doktora programlarında birçok değişik derste öğrencilerine bilgi ve deneyimini aktarır. Rızaoğlu'nun yürütmüş olduğu Lisans dersleri arasında Pazarlama, Turizm Davranışı, Turizmde Tanıtma, Turizm Pazarlaması, Menü ile Yönetim ve Araştırma Yöntemleri yer alır. Turizm Pazarlaması, Turizm Davranışı, Organizasyon Teorisi gibi dersleri Yüksek Lisans düzeyinde yürüten Rızaoğlu, Doktora düzeyinde ise İhtisas Acentacılığı, Menü Yönetimi ve Denetimi, Stratejik Yönetim, Organizasyon Teorisi, Turizmde Tanıtma Politikaları ve Nicel Araştırma Yöntemleri derslerini yürütür.

ÇALIŞMA ARKADAŞLARI

Hem üniversite yıllarında hem de mezun olduktan sonra birçoğumuz, ders aldığımız öğretim elemanları hakkında konuşur ve doğal olarak kendimize göre değerlendirmelerimizi yaparız. Eğer Adnan Menderes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu veya günümüzdeki adıyla Turizm Fakültesi'nde, 'öğrenciler en çok hangi öğretim elemanı hakkında konuşur' şeklinde bir yarışma olsa, Bahattin Rızaoğlu'nun bu yarışmayı açık ara kazanacağı konusunda rahatlıkla bahse girilebilir. Kendisinin öğretim elemanı olarak görev yaptığı değişik okullarda Lisans, Yüksek Lisans ve Doktora derecelerini tamamlayan ve şu anda iş ya da akademik yaşama atılmış her düzeydeki öğrencileri ile arasında tatlı ve renkli konuş-

malar geçer. Sınıfta anlattığı konular ve bu konuları gerçek yaşamdan verdiği örnekler ile süslemesi, onun en büyük özelliklerinden biridir. Son dönem Doktora öğrencilerinden Fırat Biçici, Rızaoğlu'nu şu şekilde tanımlar:

Bir insan yaşamı boyunca en fazla ilkokul öğretmenini anımsar ve onunla ilgili anılarını hiç unutmaz. Bahattin Rızaoğlu ile çalışmak, akademik kariyerine henüz başlamış bir akademisyen adayı için de yaşamı boyunca unutamayacağı deneyim sahibi olmakla eş değerdir. Maddeler halinde "Bahattin Rızaoğlu ile çalışmak ne demek?" sorusuna yanıt bulmak istersek:

- Diğer öğrencilerden çok daha farklı bir süreç yaşamak,
- Her görüşmede bir araba sopa yemişi gibi olmak,
- Kavramların derin anlamına dalarak hemen hemen her şeye (olgu, düşünce, obje, suje) şüpheyle yaklaşacağımız geçici psikozlar geçirmek,
- 'Bahattin Rızaoğlu'laşmak Süreci' olarak kavramsallaştırılabilecek bir süreç içinde olmak,
- Tam her şey bitti derken... Her şeye yeniden başlama olasılığına geri dönmek,
- Her şeye yeniden başlama olasılığının, birden fazla yaşanma olasılığı söz konusu olduğunu unutmamak

demektir. Bir bakıma, bir babanın evladına ettiği nasihatler nasıl ilk anda anlaşılamiyor, zaman geçtikçe anlam kazanıyor ve sonuçta "babam haklıymış" deniyorsa; Rızaoğlu ile çalışmak da zaman geçtikçe "haklıymış" demektir. Doktora öğrencilerinden ve kendisini 1993 yılından bu yana tanıyan Dr. Güntekin Şimşek'in ağzından Bahattin Rızaoğlu'nu dinleyelim:

Bahattin Rızaoğlu, Anadolu insanının sert çizgilerini yüzünde taşıyan sakin, rahat davranışları olan, lafını esirgemeyen, bilimsel temeli kuvvetli, turizm yazınına önemli katkıda bulunan, teori ile deneyimlerini birleştirerek biz öğrencilerine aktaran değerli bir bilim insanıdır. Doktora çalışmam sırasında titiz, taviz vermeyen bir bilimsel bakış açısıyla ürettiklerimi değerlendirmiş ve eleştirmiştir ki başlarda ben ve benim gibi onunla çalışan öğrenciler buna isyan etsek de çalışma ortaya çıktıktan sonra kendisinin aslında ne kadar doğru yaptığını fark etmişizdir. Rızaoğlu, akademik yaşamındaki sert sayılabilecek halinin tersine, iş dışı yaşamında neşeli, sahip olduğu konumu bir güç olarak kullanmayan, asistan ile asistan, öğrenci ile öğrenci gibi hareket edebilen biri, kısaca bir fenomendir.

Önce öğrencisi, daha sonra da emekli oluncaya kadar çalışma arkadaşı olan Doç.Dr. Abdullah Tanrısevdi ise Bahattin Rızaoğlu'nu şu sözler ile anlatır:

Yaklaşık on sekiz yıldır yakından tanıma fırsatı bulduğum Bahattin Rızaoğlu'nu tek bir kelimeye sığdırarak, neredeyse yaşamıza yakın bir süreyi kapsayan kariyerini açıklayabilmek son derece zordur. Kanımca bu tanımla-

mayı biraz da zorlayarak tek kelimeye sığdırmak istersek, ondaki “derinlik” özelliği sanırım bu tek sözcüğü karşılayacaktır.

Rızaoğlu, zaman ve koşullardan bağımsız şekilde, her yerde ve her ortamda, kafasını kurcalayan, çözemediği - ya da bizim çözemediğini zannettiğimiz - sorulara ya da sorunlara - akademik, siyasi, dinsel, güncel vb - yanıtlar ya da çözüm yolları bulmamızı isterdi. Sonrasında tartışma öyle bir noktaya gelirdi ki, siz yanıtın bundan başkası olamaz diye düşündüğünüzü, bir kez daha düşünmek zorunda kalırdınız. Zira sizin düşündüğünüzü sizden çok önce zaten düşünmüş ve eksik olduğunu görerek, sizden yeni bir şeyler üretmenizi beklemiştir. Bunu yaparken aslında bize bir fırsat tanımış, düşünmeye ve sorgulamaya özendirilmiş, böylelikle iyi bir bilim insanı vasıfları kazandırmaya çalışmıştır.

Bahattin Rızaoğlu, özellikle meslek yaşamının son yıllarında, rutin ile çok ilgilenmez olmuş, kendisini düşünmeye ve sorgulamaya daha fazla adanmıştı. Bunu, yaşanan memleket meselelerinin ardında yatanları anlamaya çalışırken daha iyi anlayabiliriz. Soruları ve kurduğu cümleleri o kadar yalın, o kadar açıktır ki, onunla ilk kez tanışanlar ya da yeterince tanımak için çaba harcamayanlar, farklı yönlerini öne çıkaracaklar, hatta biraz daha ileri giderek ciddiye almayacaklardır. Bu şekilde düşünenler, kendisindeki derinliği anlayamayacak ve onu farklı bir kalıba sokacaklardır. Rızaoğlu, aslında bunun da farkındadır ve yalın kişiliği sayesinde bundan pek de rahatsız olmayacaktır. Diğer yandan, başlarda kendisine ön yargıyla yaklaşanlar, onu zamanla tanıdıkça, daha farklı yaklaşıma başlayacaklardır. Bu süreçte, yıllar itibarıyla pek çok örnekte bizzat şahit olmuşumdur.

Rızaoğlu, zor beğenen bir kişiliğe sahiptir. Bunu Doktora tez danışmanlığımı yürütürken daha iyi anladım. Titizliği öyle noktalara gelirdi ki, bazen kendi düzeltmelerini bir kez daha düzeltir ve siz bunu hayretle izlerdiniz. Bir bakıma, kendisini de “yanlışlamaya” çalışarak tek bir doğrunun olmayacağını bize açık bir şekilde kanıtlar. Anlatım biçimindeki sadelikten ve Türkçe dilinin doğru kullanımından da yanadır. Bazen bu durum, öyle bir noktaya gelirdi ki, örneğin “yangın sensörü” olarak artık dilimize yerleşen pek çok batı kökenli sözcüğü “yangın sezicisi” şeklinde değiştirmeyi bile düşündü. Bu özelliğini, elbette eserlerinde açıkça görmek mümkündür. Sosyal ilişkilerinde de son derece samimi bir yapıya sahiptir. Kimsenin özel yaşamını merak etmez, kendi özelinden de gerekli olmadıkça söz etmez.

Nevşehir’den öğrencisi olan Prof. Dr. Salih Kuşluvan, Bahattin Rızaoğlu hakkındaki düşüncelerini şu sözler ile açıklar:

Bahattin Rızaoğlu’nu, 1984-1988 yılları arasında Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu’nda öğrenciliğim sırasında tanıdım. Bu dönemde Pazarlama ve Turizm Pazarlaması derslerimize girdi. Kendisiyle ilişkimiz 1989 yılında aynı okulda araştırma görevlisi olmamdan sonra da abi-kardeş sıcaklığında meslektaş olarak bugüne kadar devam etti.

Bahattin hocamı çok kısa ve öz bir şekilde tanımlamak istesem onu açık ve samimi, dürüst, hoşgörüsü yüksek, ayrıntıya dikkat eden, çok farklı ve derin düşün-

bilen, yenilikçi, titiz bir araştırmacı ve zararsız bir insan olarak tanımlardım. Öğrencilik dönemimizde onun ‘hoşuma gelmiyor’, ‘seni vallahi sınıfta koyarım’ ve ‘ben Amerika’da tavla şampiyonu oldum’ gibi ifadeleri öğrencilerin gülümseyerek tekrarladığı repliklerdi. Nevşehir Öğretmenevi’ndeki okey arkadaşları arasındaki takma ismi daha öğretim görevlisiyken bile ‘profesör’ idi. Hiç unutmam yeni araştırma görevlisi olduğum bir dönemde, maydanoz kelimesinin İngilizce karşılığını bana sordu ve ben de bilmediğimi söyledim. Bana ‘ya biliyordum da unuttum mıydınoz muydu neydi’ demişti. Son olarak, iyi niyetli ve öğretici sıkı eleştirilerinden ve sorularından dolayı, turizm kongrelerinde tebliğ sunacak akademisyenlerde bir “Bahattin Rızaoğlu bu salonda mı?” sendromundan bahsetmek abartılı olmayacaktır.

Bir kişinin “kendine özgü” olması, belki de Bahattin Rızaoğlu düşünülerek ortaya çıkmış bir kavramdır. Öncelikle kendine özgü olma konusunda Rızaoğlu’nu tarif etmenin çok da kolay bir uğraş olmadığını itiraf etmek zorundayım. Rızaoğlu, birbirinden değişik konulara olan hakimiyeti ve bu konular hakkındaki şaşırtıcı derecede sayılabilecek ileri bilgisiyle, çevresindekileri kolayca etkileyebilecek bir zekaya sahiptir. Bu çalışmayı hazırlarken kendisine sordum: “*Hocam ne düşünüyorsunuz kendiniz hakkında, biraz bahseder misiniz?*” Önce bana “*Murat, sen bilmiyor musun beni, yaz işte bir şeyler dedi*” ama daha sonra dayanamayıp hem kendi özellikleri hem de diğer birkaç konu hakkında şunları söyledi:

Ben çok şüpheci biriyim. Her şeyden kuşku duyarım. Bunu diğer arkadaşlarım da söyler. Bilim insanı şüpheci olmalıdır ve her şeyi sorgulamalıdır. Bilimin temelinde merak, merakın özünde de şüphe bulunur. Bazen bende bu şüphecilik güvensizlik şeklinde algılanmaktadır ama aslında bunun güvensizlik ile ilgisi yok. Tartışmaya, fikir alışverişine çok önem veririm. Yapım itibarıyla öyle olsa gerek. Tartışma en çok sevdiğim şeylerden biridir. Ben derslerimi de çoğunlukla tartışma şeklinde yaparım. İlk derse girdiğimde hemen ders konusunu anlatmaya başlamam. Önce ortaya değişik bir konu atarım ve bu konu genellikle güncel olaylardan esinlenir. 5-10 dakika, bu konu üzerinde tartışıp daha sonra bunu ders konusuna ilişkilendiririm. Bu uygulama öğrencilerin de hoşuna gider. Özellikle Turizm Davranışı ve Turizm Pazarlaması konularında güncel olmak çok önemlidir.

Ben çok düşünen bir adamım. Bu yüzden bir yazı yazarken bir cümleyi üç kez, beş kez değiştirdiğim olur. Ben yazdığım cümlelerden kendi vermek istediğim dışında başka anlamlar çıkmasını istemem. O yüzden istediğim anlam çıkıncaya kadar gereken değişikliği yaparım.

Amerika’da Yüksek Lisans yaptığım dönem ve Dallas Üniversitesi’nde geçirdiğim yıllar, ileriki yaşantımda bende birçok değişikliğe neden olur. Belki de konuşkan olmam bana oradan geçti. Sınıfa hazırlıksız gitmezdim ve birçok tartışma içine girerdim. Derslerde veri-

len ödevleri hazırlamak ve özellikle örnek olay analizi yapmak, en büyük zevklerimden biriydi. Bu konuda da gayet başarılı olduğumu söyleyebilirim. Bir de şunu söyleyeyim. Amerika'da kütüphanelerden çıkmazdım ama eğlenmeyi de ihmal etmezdim.

Görüldüğü gibi, bilimsel üretim ve aktarım konusunda oldukça ciddi bir davranış sergileyen Rızaoğlu, kendisiyle yapılan birebir görüşmelerde de bilimsel çalışmalarda Türkçe dilinin kullanımının kendisi için önemli olduğunu her zaman vurgular. Bir bilimsel çalışmanın yabancı dilde yayınlanmasının, o çalışmanın bilimsel nitelikli olduğunu göstermediğini aksine Türkçe dilinde de yayımlanan bazı eserlerin yabancı dilde yayımlanan benzer eserlere göre daha iyi nitelikte olduğunu altını çizer. Bu nedenle de bilimsel eserlerin değerlendirilmesinde temel ölçütün, bilimsel niteliğin olması gerektiğini tekrar vurgular.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bahattin Rızaoğlu ile uzun yıllardır birbirimizi tanırız. Onu tanıdığım ilk zamandan beri kıvrak zekasıyla beni etkilemiş, inadıyla hiddetlendirmiş ve olaylara değişik bakış açısıyla şaşırtmıştır. Birçok tartışmadan sonra kendisine kızdığımı ve bir daha tartışma yapmamak için kendi kendime söz verdiğimi hatırlıyorum. Ancak her seferinde konuşacak ve tartışacak bir şeyler bulduk ve birbirimizi anladık diye düşünüyorum. Özellikle sosyal medyanın bu kadar gelişme gösterdiği ve İnternetin yaygın olarak her kesim tarafından kullanıldığı düşünüldüğünde, değişik esprileri, konuşma şekli ve sıradışı görünüşü ile hem öğrencilerinin hem de iş arkadaşlarının sevgi ve saygı ile andığı Rızaoğlu, hakkında uzun yıllar anıların anlatılacağı ve anılacağı bir öğretim üyesi olarak aramızda kala-

caktır. 2014 Mayıs ayında emekliye ayrılan Bahattin Rızaoğlu'na saygılarımı sunuyorum, sağlıklı ve neşeli günlerle dolu uzun bir yaşam diliyorum.

SEÇİLMİŞ ESERLERİ

- Rızaoğlu, B. (1986). Kat Mülkiyetli Otel, Devre Mülk ve Devre Tatil Sistemi, *Turizm Yıllığı*. Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Yayını.
- Rızaoğlu, B. (1989). Turistik Tüketici Karar Verme Süreci; Gezi Yapma veya Yapmama Kararı, *Turizm Dergisi*, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği Yüksekokulu Yayını, Sayı 1.
- Rızaoğlu, B. (1991). Bir Yönetim Aracı Olarak Menü Planlama ve Geliştirme, *Turizm Yıllığı*. Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Yayını.
- Rızaoğlu, B. (1992). Turizmde Tanıtma ve Hatalarımız, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2):34-40.
- Rızaoğlu, B. (1995). Turizme Çözümsel Bir Yaklaşım, *Prof.Dr. Hasan Zafer Doğan Anı Kitabı*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Matbaası.
- Rızaoğlu, B. ve Tanrısevdi, A. (2001). Yabancıların İdeal Yemek Tercihleri ve Türk Yemeklerinin Bu Tercihlere Göre Değerlendirilmesi, 1. *Ulusal Turizm İşletmeciliği Kongresi Bildiriler Kitabı*. Ankara: Başkent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayını.
- Rızaoğlu, B. (2003). *Turizmde Tanıtma*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Rızaoğlu, B. (2004). *Turizm ve Toplumsallaşma*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Rızaoğlu, B. (2006). *Turizm Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Rızaoğlu, B. ve Ayyıldız, T. (2008). Konaklama İşletmelerinde Örgüt Kültürü ve İş Tatmini: Didim Örneği, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(1):7-20.
- Rızaoğlu, B. (2012). *Turizm Davranışı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Rızaoğlu, B. ve Hançer, M. (2013). *Menü ve Yönetim*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Not: Bahattin Rızaoğlu'nun özgeçmişi ile ilgili bölümün hazırlanmasında katkıda bulunan Yrd.Doç.Dr. Tuğrul Ayyıldız'a teşekkürlerimi sunarım.

Prof. Dr. Murat Hançer, School of Hotel and Restaurant Administration, Oklahoma State University, Stillwater, OK 74074, Amerika Birleşik Devletleri. E-posta: murat.hancer@okstate.edu

Gönülsüz Ayrılık: Cemil Boyacı

GİRİŞ

Akdeniz Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu Emekli Öğretim Üyesi Prof.Dr. Cemil Boyacı'nın, manen aramızdan zamansız ayrılışını gönülsüz olarak ifade etmemim nedeni, eski bir öğrencisi olarak kendisini haftanın en az iki günü hala okulda görmemim bana buruk bir sevinç yaşıyor olmasındır. Hocamın sağlıklı olduğu ve söy-

Beykan ÇİZEL

Akdeniz Üniversitesi
Turizm Fakültesi

lemelerinde vatan ve milletine hizmet etme aşkının devam ettiğini görmem beni sevindirirken, yoğun çabalar sonucunda sahip olduğu bilgi birikimini bize ve öğrencilerimize aktarma şansını kaybettiğini (yakın geçmişten yaşamış olduğu sağlık sorunundan dolayı) bilmek ise beni ayrıca üzüyor. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi tarafından, Cemil Boyacı ile ilgili bir portre ve bibliyografya

yazmam istendiğinde sevindim ve onur duydum. Bunun iki önemli nedeni vardı: Birincisi, beni tanıştığım günden beri destekleyen Boyacı'ya olan saygı ve minnettarlığımı ortaya koymak için bir fırsat yakalamış olmam; diğeri ise kendisinin turizm yazını ve disiplininin gelişimi için yapmış olduğu katkıyı anlatabilme olanağını bulmuş olmamdır.

YAŞAMI VE AKADEMİK KARIYERİ

Cemil Boyacı, Akdeniz'in şirin ilçesi Fethiye'nin Karaçulha beldesinde bir çiftçi ailenin dokuz çocuğundan biri olarak dünyaya gelir (1950). İlkokulu doğduğu yerde okuyan Boyacı, Ortaokul ve Lise öğrenimini Ankara'da, Lisans öğrenimini de İzmir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi'nde tamamlar (1973). Akademik hayatı gece bölümünde okurken, gündüzleri İzmir Belediyesi'nde tahsildarlık yaparak harçlığını kazanan Boyacı, aynı zamanda Fransızcasını ilerletmek için dört yıl boyunca Fransız Kültür Merkezi'ne devam eder. Yükseköğrenim için Fransa'ya gider (1974). Yurtdışında okuma fikrini akademide okurken Temel Pazarlama dersini veren hocası Prof. Dr. Cengiz Pınar'ın kafasına soktuğunu ifade eder.

Gitme kararına rahmetli babası karşı çıkarsa da bir yabancı ile evlenmeden ülkesine döneceği sözünü vererek Fransa'ya gitme iznini alır. 1978 yılında Bordeaux Üniversitesi İşletme Fakültesi ve İşletme Enstitüsü'nden Doktor unvanı alır ve yurda döner. İlk görev yeri olan Uludağ Üniversitesi Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda Yardımcı Doçent olarak çalışmaya başlar. Daha sonra Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda Doçent ve Profesör olur ve emekliye ayrılincaya kadar burada görev yapar. Boyacı, toplam 31 yıl çalıştıktan sonra, akademik bir faaliyet için gittiği Fransa'nın Nice kentinde bir kalp krizi geçirir. Bu krizi atlattığına karşın, kendisinde geçici olarak hafıza kaybı oluşur ve buna bağlı olarak 17 Ocak 2002 tarihinde emekli olur.

Boyacı, ülkesinin tahsil süreci boyunca kendisine verdiği desteğin bir karşılığı olarak insan yetiştirmeyi seçtiğini söyler. Ayrıca insanlara bilgi aktarmanın kendisini motive ettiğini ve bu motivasyonunun en az öğretmenlik kadar sevdiği rehberlik mesleğinden kaynaklanmış olabileceğini vurgular. Meslek yaşamı boyunca yerine getirdiği çok sayıda idari görevlerden kısaca bahsetmek gerekirse; 1982 ve 1987 yılları arasında Balıkesir Meslek Yüksekokulu Müdürlüğü, Uludağ Üniversitesi Balıke-

sir Mühendislik Fakültesi Fakülte Kurulu Üyeliği ve Balıkesir Meslek Yüksekokulu Danışma Kurulu Başkanlığı görevlerini eşzamanlı olarak başarıyla sürdürür. 1987 yılından emekli olduğu 17 Ocak 2002 tarihine kadar ise Akdeniz Üniversitesi bünyesinde Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Müdür Yardımcılığı, Yönetim Kurulu Üyeliği ve Müdürlüğü ile Akdeniz Üniversitesi Senato Üyeliği gibi çeşitli idari görevleri başarıyla yerine getirir.

ESERLERİ VE TURİZM ALANINA GETİRDİĞİ ÖZGÜN KATKI

Akademik yaşamı boyunca Lisans ve Lisansüstü düzeyde Turizmde İnsan Kaynakları Yönetimi, Turizm Pazarlaması, Seyahat İşletmeciliği, Kongre Organizasyonu ve Yönetimi, Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü, Turistik İşletmelerde Haberleşme Teknikleri, Turizmde Ulaştırma, Yatırım Proje Analizi ve Turizm Sosyolojisi derslerini verir. Boyacı'nın İnsan Kaynakları ve Seyahat İşletmeciliği ile ilgili kitapları bulunmaktadır. Çok disiplinli bir akademisyen olan Boyacı, akademik yaşamı boyunca birçok tez yönetir. Bunlardan sadece birkaçını burada vermek istiyorum: Menderes Sarıgül ile "Türk Turizmi İçinde Yat Turizminin Yeri, Önemi, Sorunları ve Geleceği", Beykan Çizel ile "Kongre Turizmi, Kongre Organizasyonu ve Antalya Bölgesinin Kongre Turizmi Potansiyeli, Sorunları ve Gelecekteki Beklentilerine Yönelik Bir Araştırma", Akın Aksu ile "Otel İşletmelerinde İşgören Devir Hızının Verimlilikle Olan İlişkinin Değerlendirilmesi ve Antalya Yöresinde Bir Uygulama" bunlar arasında sayılabilir.

Genel bir değerlendirme yapıldığında; Cemil Boyacı'nın çalışmalarında turizm işletmelerinde insan kaynakları yönetimi ve seyahat işletmeciliği üzerine odaklandığı, makale ve kitaplar yazdığı görülmektedir. Meslektaşları ile yürütmüş olduğu araştırmalarında turizm sektörünün gelişimine ışık tutacak çalışmalara imza atar.

Meslek yaşamı boyunca birçok ulusal ve uluslararası akademik çalışma yürüten Boyacı, bilim dünyasına deneyimi ve bilgisiyle katkıda bulunur. Tüm bu çabalarının bir karşılığı olarak 1999 yılında Turizm Yazarları ve Editörleri Derneği (TUYED) tarafından "Yılın Turizm Eğitimcisi Ödülü" verilir. Disiplinli çalışmayı kendine ilke edinen Boyacı, benim gibi yetiştirdiği tüm öğrencilerine disiplinli çalışmayı ve ülkemize hizmet etmeyi öğütler. Hiç unutamama-

diğim bir söylemi şöyledir: “Eğer iyi bir akademisyen olmak niyetinde iseniz disiplinli ve çalışkan olunuz; aksi takdirde niyetlendiğiniz çok az şeyi yaparsınız”.

Boyacı gibi aydın, Atatürkçü ve iyi bir akademisyen ile çalışma fırsatı bulduğum için kendimi şanslı görmekteyim. Kendisinin, disiplinli bir akademisyen olmanın yanı sıra vefalı, alçak gönüllü ve en önemlisi samimi olmayı öğrenmemde önemli etkisi olmuştur. Boyacı'nın diğer bir önemli bir önerisini de burada vermeden edemeyeceğim: “... akademisyen olma sürecinde yardımcı olacağı gençlerin kişiliğine ve değerlerine dikkat et. Süreç içerisinde akademisyenlik öğrenilebilir ancak bazı şeyleri öğretmek çok zor ve bazen olanaksızdır. Bizim meslekte, yetiştirmiş olduğun akademisyenler yaşamı boyunca birçok iyi akademisyen yetiştirebilir ya da birçok kişinin yaşamını zehir edebilir...”.

Boyacı, akademik kimliğinin yanında son derece sosyal bir kişiliğe sahiptir. Fransızca ve İngilizce bilen Boyacı, 1968 yılından beri rehberlik yaparak ülkesini tanıtmaya hiç ara vermemiştir. Akademik faaliyetlerinin yanında birçok spor dalı ile ilgilenen Boyacı, aynı zamanda iyi bir tenis oyuncusudur.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nu bir barakadan alıp, çağdaş bir eğitim öğretim yuvası haline getiren Cemil Boyacı tüm akademik kariyeri boyunca meslektaşlarına ve öğrencilerine bir öğretim üyesinin nasıl olması gerektiği konusunda örnek olur. Turizm alanında sahip olduğu bilgi birikimini ve deneyimini cimrilik yapmadan meslektaşları ve toplum ile paylaşır. Ülkesine hizmet etme aşkı her zaman para kazanmaktan önce gelen Boyacı, sadece benim değil, turizm çevresinden birçok kişinin güven ve saygı duyduğu bir meslektaş ve öğretim üyesi olur. Bu kapsamda, turizm camiasına yapabildiği bütün katkılar için kendisine teşekkür ediyor ve şükranlarımı sunuyorum.

SEÇİLMİŞ ESERLERİ

- Boyacı, C. (1982). Neden Çalışma Koşullarının Düzeltmesine Gerek Vardır? *Sanayide İlişkiler Dergisi*, (5).
- Boyacı, C. (1982). Personel Seçiminde Uygulanan Tekniklerden Testler ve Testlerin Sakıncalı Yönleri, *Sanayide İlişkiler Dergisi*, (11).
- Boyacı, C. (1985). *Konaklama İşletmelerinde Personel Sorunları II, II. Turizm Semineri, Uludağ Üniversitesi Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu*.
- Boyacı, C. (1986). Turizm İşletmelerinde Güdüleme Aracı Olarak Haberleşme, *Turizm Yıllığı*. Ankara: T.C Turizm Bankası.

- Boyacı, C. (1987). 1987 Turizm Sezonuna Giren Dört Bölgeye Ait Tesislerde Çalışan Personel Nitelikleri Üzerine Bir Araştırma, *III. Turizm Semineri, Uludağ Üniversitesi Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu*.
- Boyacı, C. (1987). Balıkesir'de Beş Endüstri İşletmesinde Fiziksel İş Koşulları ile İlgili Bir Uygulama Örneği, *I. Ulusal Ergonomi Kongresi Bildiri Notları*, 24-43.
- Boyacı, C. (1988). 1988 Turizm Sezonuna Giren Antalya Yöresindeki Turizm İşletmelerindeki Personel Sorunları, *Antalya II. Ulusal Eğitim Kongresi*.
- Boyacı, C. (1988). Turizm İşletmelerinde Personel Devir, Hızının Yüksek Oranda Oluşunun Düşündürdükleri, *AKTİD, Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Derneği Yayın Organı*.
- Boyacı, C. (1988). Turist Rehberliği ve Seyahat Acentalarımız, *AKTİD, Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Derneği Yayın Organı*, Mart (23).
- Boyacı, C. (1989). Turizm Sezonu Başlarken Bazı Endişeler, *ATSO Antalya Ticaret ve Sanayi Odası Aylık Yayın Organı*, (23).
- Boyacı, C. (1989). Turizm İşletmelerinde Verimliliği Etkileyen Faktör Olarak İnsan Kaynağından Rasyonel Olarak Yararlanma, *Turizm Yıllığı*. Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası.
- Boyacı, C. (1989). Turizm Pazarı İçin Yeni Hizmet Ürünlerinin Geliştirilmesi: Bir Sistem Yaklaşımı, *Turizm Yıllığı*. Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası.
- Boyacı, C. (1990). Üniversite - Sanayi İşbirliği: Antalya Yöresine Gelen Turistlerin Profilini Belirleme Anket Projesi, *Turizm Yıllığı*. Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası, 8-25.
- Boyacı, C. (1991). Türkiye'de Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Kuruluşlarda Eğitimcilerin Yetiştirilmesi ve Sorunlar, *Örgün Turizm Eğitimi Sempozyumu*, Erdek.
- Boyacı, C. (1991). Türk Turizminin Tanıtım Sorunları, *II. Ulusal Turizm Kongresi*, Kuşadası.
- Boyacı, C. (1992). Üniversite Kurumlarında Lisans Düzeyinde Turizm İşletmeciliği Eğitimi ve Akdeniz Örneği, *III. Ulusal Turizm Kongresi*, Kuşadası.
- Boyacı, C. (1992). Antalya Bölgesinde Faaliyet Gösteren Turistik İşletmelerde Yönetim Düzeyinde Çalışan Personele, İşe ve Sektöre İlişkin Motivasyon Ölçme Çalışması, *III. Ulusal Turizm Kongresi*, Kuşadası.
- Boyacı, C. (1992). Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Yüksek Öğretim Kurumlarında Öğretim Elemanı Yetiştirme Sorunları ve Çözüm Önerileri, *T.C. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Konferansı*, Ankara.
- Boyacı, C. ve Aktaş, A. (1989). *Antalya Yöresine Gelen Turistlerin Profilini Belirleme Projesi*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Boyacı, C. (1991). *Personel Yönetiminde Beşeri Kaynaklarının Korunması Açısından İş Koşullarının İyileştirilmesi ve İşde Verimliliğe Etkisi Üzerine Bir Uygulama Örneği*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Boyacı, C. (1966). *Turizm İşletmelerinde Haberleşme Teknikleri*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Yayınları.
- Boyacı, C. (1999). *Seyahat Acentalığı ve Tur Operatörlüğü* (Editör: Ali Atif Bir), Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.

Doç.Dr. Beykan Çizel, Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Merkez Yerleşke, Antalya. E-posta: beykan@akdeniz.edu.tr

Türkiye’de Turizm Disiplininden Gelen İlk Rektör: *Necdet Hacıoğlu*

Cevdet AVCIKURT

Balıkesir Üniversitesi
Turizm Fakültesi

GİRİŞ

Turizm sektörünün ülkelere olan sosyo-ekonomik ve kültürel katkıları, rekabeti de beraberinde getirmiştir. Sektörde rekabet edilebilirliğin en iyi yolu, insan ihtiyaç ve beklentilerine yanıt verebilen kaliteli bir hizmet sunumunun sağlanmasıdır. İnsan gücüne dayalı olan, diğer bir ifade ile emekyoğun bir sektör olan turizmde hizmet kalitesinin sağlanması ise ancak nitelikli işgücünün yetiştirilmesi ile mümkün olmaktadır. Nitelikli işgücünün yetiştirilmesi ise ancak verimli ve kaliteli turizm eğitiminin sunulmasıyla sağlanabilir. Bu zincirleme etkileşimin temelini bakıldığında ihtiyaç duyulan turizm eğitiminin, her açıdan donanıma sahip olan turizm eğitmenleri ile karşılanabileceği ortaya çıkar. İşte bu konuda önder akademisyen ve eğitmenlerden biri de Doktora tez danışmanım olan ve kendisiyle aynı ortamda uzun yıllar çalışma olanağı bulduğum, üniversitemizde uzun bir süre rektörlük görevini de icra eden Prof.Dr. Necdet Hacıoğlu’dur. Turizm Pazarlaması, Seyahat Acentacılığı ve Turizmin Güncel Sorunları gibi derslere giren ve derslerini güncel örnekler ile esprili bir dille anlatan, turizm eğitimi alanında öncü isimlerden biri olan ve akademik yaşamında gerçekleştirdiği çalışmalarıyla gerek ülke çapında gerekse uluslararası düzeyde Hacıoğlu’nun turizm alanına katkılarının önemli olduğu kanaatindeyim.

1984 yılında o zamanlar Uludağ Üniversitesi’ne bağlı olan Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu’na ilk geldiğim zaman kendisi de aynı zamanda okulun müdürü olan Necdet Hacıoğlu’nun bugüne kadar gerek turizm eğitimi alanında göstermiş olduğu çaba gerekse görev yaptığı kurumdaki herkeste olduğu gibi, benim de üzerimdeki emeğine dayanarak kendisi hakkında bu yazıyı yazma onurunun bana verilmiş olması büyük bir mutluluktur.

ÖZGEÇMİŞİ

Necdet Hacıoğlu, 1951 yılında Bursa İnegöl’de doğar. İlkokulu İnegöl Altıeylül İlkokulu’nda, orta-

okulu İnegöl Ortaokulu’nda ve lise eğitimini de İnegöl Lisesi’nde tamamlar. 1974 yılında Hacettepe Üniversitesi Sosyal ve İdari Bilimler Fakültesi’nden mezun olur. O dönemlerde aldığı Fransızca eğitimi ve turizme karşı olan ilgisi, kendisini Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Fransızca dilinde profesyonel turist rehberliği kokartı almaya teşvik eder. Hacıoğlu, turizm alanındaki ilk resmi görevine 1974 yılında Turizm Tanıtma Bakanlığı’nda Eğridir Turizm Bürosu Şefi olarak başlar. Aynı yıl Fransız Hükümeti’nin burslusu olarak Fransa’ya gider ve Doktora öğrenimine başlar. 1978 yılında Fransa’da Poitiers Üniversitesi’nde “*La Turquie vue par Pierre Loti-Piyer Loti’nin Gözüyle Türkiye*” konulu teziyle Doktora derecesini alır. Hacıoğlu, danışmanının ilk öğrencisinin bir Türk olduğunu, son öğrencisinin de bir Türk olarak kendisinin olduğunu büyük bir mutlulukla ifade eder.

Bursa Işıklar Askeri Lisesi’nde Teğmen olarak askerliğini bitiren Hacıoğlu’nun turizme olan sevgisi ve turizme bilimsel katkı sağlama isteği onu turizm alanında akademisyenliğe teşvik eder. Bunun sonucunda 1980 yılında Balıkesir İşletmecilik ve Turizm Yüksekokulu’nda Dr. Asistan olarak Turizm Bölümü’nde göreve başlar. Ardından Fransız Hükümeti’nin davetlisi olarak AIX Marseille Üniversitesi Uluslararası Turizm Araştırma Merkezi’nde (CIRET) geçirdiği süre, kendisinin turizm kariyerinde bir dönüm noktası olur. Hacıoğlu, adı geçen merkezi, halen merkezin başkanı olan Rene Baretje-Keller ile birlikte kurmaktan ve onun öğrencisi olmaktan büyük bir gurur duyduğunu özellikle belirtir. Merkezde turizm alanında araştırma ve incelemeler yapan Hacıoğlu, hocası Prof. Dr. Rene Baretje-Keller ile birlikte bir de “*Residences Secondaires, Tourisme de Week-End*” adında bir kitap yayınlar. Bu çalışma, Hacıoğlu’nun turizm alanında yayınladığı ilk eser olur.

1982 yılında Uludağ Üniversitesi Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu’na Yardımcı Doçent olarak atanır, 1984 yılında da aynı okulda Yüksekokul Müdürlüğü görevine getirilir. Hacıoğlu, 1984 yılında Turizm İşletmeciliği Eğitimi Bilim

Dalında Doçent unvanını alır. 1986 yılında İspanyol Hükümeti'nin burslusu olarak Dünya Turizm Teşkilatı'nda Turizm Eğitimi alanında inceleme ve araştırmalarda bulunur. 1988-1989 yılları arasında Portekiz'in başkenti Lizbon'da yapılan Uluslararası Mesleki Turizm Örgütü'nün genel kurulu toplantısında yönetim kuruluna seçilir. 1989 yılında ise Turizm İşletmeciliği alanında Profesör unvanını alır.

Hacıoğlu, 1984-1993 yılları arasında Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Müdürü; Balıkesir Üniversitesi'nin kuruluşunda (1992-1994) Rektör Yardımcısı; 1993-1996 yıllarında ise Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü olarak görev yapar. 2001-2003 yılları arasında dönemin Turizm Bakanı merhum Mustafa Taşar'a Fahri Danışmanlık görevini yürütür. 1998 yılında yapılan rektörlük seçimleri sonucu Cumhurbaşkanı tarafından dört yıl süreyle Balıkesir Üniversitesi Rektörü olarak atanan Hacıoğlu, aynı zamanda Türkiye'de turizm disiplininin gelen ilk rektör olma onuruna sahip olur. 2002 yılında yapılan seçim sonucunda Cumhurbaşkanı tarafından dört yıl süreyle yeniden Balıkesir Üniversitesi Rektörü olarak atanır ve toplamda sekiz yıl boyunca bu görevi yürütür. Halen Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi bünyesinde Öğretim Üyesi olarak turizm alanına katkı sağlamaya, genç turizmciler ve akademisyenler yetiştirmeye devam etmektedir.

BİLİMSEL KATKISI

Turizm alanındaki akademik kariyeri Fransa'da şekillenen ve kariyerine Türkiye'de devam eden Hacıoğlu, turizm eğitimine ayrı bir önem verir. Kendisine turizm eğitimine yapmış olduğu katkılardan dolayı 2007 yılında Rotary Kulübü tarafından "Eğitime Hizmet Ödülü" takdim edilir. Turizm eğitimine yapmış olduğu katkılar sonucunda 2007 yılında Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği (TUYED) tarafından kendisine "Turizm Hizmet Ödülü" verilir. Ayrıca, Turist Rehberleri Birliği (TUREB) tarafından gerçekleştirilen turizmin çeşitli alanlarında en iyilerin seçildiği ödül töreninde, 2008 yılında turizme nitelikli eleman kazandırma konusunda etkin katkıları nedeniyle, "Turizm Eğitim Ödülü"ne layık görülür.

Yurtiçinde ve dışında çok sayıda kongre, konferans, seminer ve sempozyumlara katılan ve bilim ve danışma kurulu üyelikleri yapan Hacıoğlu, özel-

likle turizm sektörünün temsilcileri ile her zaman yakın diyalog içerisinde olur. Ayrıca, içlerinde AICHET (Uluslararası Yüksek Turizm Araştırmaları Merkezi Derneği – Aix-en-Provence, Fransa) ve AMFORT (Dünya Mesleki Turizm Eğitimi Derneği – Madrid, İspanya) gibi turizm eğitimi alanında çalışmalarda bulunan çeşitli kuruluşlara da üye olur ve bu alandaki gelişmelere aktif olarak katkı sağlar. Hacıoğlu, sadece sektöre nitelikli ve başarılı turizmciler yetiştirmekle kalmaz, onlarca akademisyene turizm kariyerlerinde öncülük eder. Hacıoğlu, 20 doktora, 27 yüksek lisans olmak üzere toplam 47 adet tez yönetir, çok sayıda Doçentlik jürilerine başkanlık eder. Hacıoğlu, ağırlıklı olarak seyahat işletmeciliği alanına yönelik tezler yönetir.

ÇALIŞMA ARKADAŞLARI GÖZÜYLE

Çoğu akademisyen ve turizmcinin iş ve kariyer hayatında büyük emekleri olan Hacıoğlu, öğrencilerine bir baba sevgisi ve şefkati ile yaklaşılabilecek kadar duygusal, işinden hiçbir zaman ödün vermeyecek kadar da ciddi bir kişidir. Öğrencilerinin başarısında onları düzenli ve sistemli çalışmaya teşvik etmesinin ve sahip olduğu engin turizm bilgisini paylaşmasının etkisi olduğu açıktır. Öğrencilerin sektörde başarılı olmaları için onlara her zaman yol gösterici rol üstlenir. Türkiye genelinde turizm eğitimi veren kurumlarda Balıkesir mezunu birçok akademisyenin de gelişimine katkıda bulunur. Yetiştirdiği akademisyenler arasında Cevdet Avcıkurt, Orhan Batman, Tamer Bolat, Düriye Bozok, Ayhan Gökdeniz, Mehmet Oğuzhan İlban, Yusuf Aymankuy, Murat Doğdubay, Ahmet Köroğlu, İsmet Kaya, Yakup Dinç ve Sebahattin Karaman gibi pek çok isim sayılabilir. Öğrencilik yıllarında seyahat acentacılığı dersinde bir uçak biletinin nasıl olduğu ve bir biletle hangi bilginin bulunduğunu kendisine ait İstanbul-Paris biletini göstererek anlatan Hacıoğlu, o yıllarda eminim ki ben dahil birçok öğrencinin yurtdışına gitme isteğini arttırmış ve motive etmiştir. Hacıoğlu, derslerde eğitim ve farklılık konularına çarpıcı örnekler vererek özel vurgu yapar. Yine, Lisans öğrencisi olduğum zamanlarda turizmin güncel sorunlarını tartıştığımız bir ders esnasında eğitim konusuna değinerek bize;

Türkiye'de on binlerce turizm mezunu var ve her geçen gün mezun sayısı artış göstermekte. Diğer bir ifadeyle söylersek, piyasada rakipleriniz sayılamayacak kadar fazla. Hatta öyle ki bu sınıfta bile her biriniz birbirinizin rakibisiniz. Diyelim ki ben bir turizm işletmesine sahibim ve sizden birini işe almayı planlıyorum. Peki,

hanginizi tercih etmeliyim. Bana sahip olduğunuz öyle bir nitelik sunun ki ben sizi tercih edeyim. İşte bu kadar çok rakibinizin olduğu bir sektörde eğer tercih edilen bir turizmci olmak istiyorsanız yapmanız gereken şey farklılık yaratmaktır. Bunu da ancak nitelikli eğitim ile ve kendinizi sürekli geliştirmekle gerçekleştirebilirsiniz.

der. Hacıoğlu'nun yaşamını kaleme alırken öğrencisi olmuş bazı akademisyen ve aynı dönemlerde birlikte çalışmış meslektaşlarının da kendisiyle ilgili düşüncelerine yer vermeye çalıştım. Bunlardan biri Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Öğretim üyesi Prof. Dr. Orhan Batman'dır. Batman, hocası Hacıoğlu ile ilgili düşüncelerini şöyle dile getirir:

Necdet Hacıoğlu'nu ilk olarak 1984 yılında Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndaki öğrenciliğim yıllarında tanıdım. Yurt dışından yeni dönmüş çiçeği burnunda yeni öğretim üyesi ve yeni müdürü sıfatında idealist, etrafına pozitif enerji veren vizyoner bir öğretim üyesi olarak, ama daha çok bir abikadaş olarak gördük. Lisans eğitimi bitirip de Yüksek Lisans programına başladığımız 1988 yılında kendisiyle daha yakından çalışma fırsatı buldum, çünkü O artık benim danışmanımdı. Hacıoğlu'nun ilk Lisansüstü öğrencileri olduğumuz için hem kendisi hem de bizler çok heyecanlıydık. Bu heyecan, azim ve şevkin verdiği sinerji ile çok başarılı çalışmalar yaptık. Hacıoğlu gibi duayen bir öğretim üyesinin öğrencisi olmak bir onurdu. Aydın çehresiyle etrafını aydınlatan bir öğretim üyesi, bir baba, bir ağabey ve bir dost...

Hacıoğlu'nun, Lisans, Yüksek Lisans ve Doktora yıllarından öğrencisi olmuş ve halen Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Öğretim Üyesi olan Doç. Dr. Düriye Bozok, Hacıoğlu ile ilgili düşüncelerini şöyle dile getirir:

Hacıoğlu'nu 1984 yılında Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda Lisans eğitimimi almaya başladığımda tanıdım. Derslerinde teorik bilgileri sektördeki güncel gelişmelerle örtüştürmesi, bizleri düşündürmeye yöneltmesi ve yorumlama yeteneğimizi geliştirmesi nedeniyle derslerini keyifle dinlediğimiz öğretim üyelerinden biri olmuştur. Yüksek Lisans ve Doktora aşamalarında tez danışmanım olması ve sonrasında Balıkesir Üniversitesi Rektörü olduğu dönemde Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokul Müdürlüğü görevinde bulunmuş olmam kendisini daha yakından tanımama neden olur.

Yönetmeliklere ve uygulamalardaki değişime hakim olan, her şeyi dikkatlice takip eden, çıkan sorunlara en uygun çözümü üreten, bilgiyi paylaşan, vizyon sahibi ve bir o kadar da meslektaşlarının, her kademedeki çalışma arkadaşlarının sevinçlerini de üzüntülerini de paylaşan bir aile büyüğü yaklaşımıyla örnek insan olur. Turizm sektöründe Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nun bugünkü yapılanmasıyla Balıkesir Turizm Fakültesi'nin bir marka olmasındaki katkısı, mezunlarla iletişiminin devamı ve ilgisi ile

açıklanabilir. Okulumuzun sadece özel sektöre kalifiye personel yetiştirmeyip Türkiye'nin birçok Önlisans ve Lisans düzeyinde eğitim veren okullarına akademisyen yetiştiren bir misyona sahip olmasındaki çaba ve başarısı okulumuz öğrencileri için bir şanstır.

Hoşgörülü, sabırlı, hızlı düşünürken yerinde ve doğru kararlar alabilen, herkese sevgi ve saygıyla yaklaşan, turizmde hem akademik hem de özel sektör tarafında güçlü, yapıcı ve geliştirici iletişim yeteneğine sahip Hacıoğlu, bilgi ve deneyiminin dikkate alındığı Türkiye turizm camiasında örnek bir akademisyen olmaya devam etmektedir.

1982-1984 yılları arasında Balıkesir İşletmecilik ve Turizm Yüksekokulu Müdürü olan ve halen İstanbul Ticaret Üniversitesi'nde Öğretim Üyesi olarak görev yapan Prof. Dr. Hüseyin Sak, yakın dostu ve çalışma arkadaşı Hacıoğlu'nu şu cümleler ile anlatmaktadır:

Necdet Hacıoğlu ile ilk karşılaştığımda, Bursa İktisadi Ticari İlimler Akademisi Balıkesir İşletmecilik Yüksekokulu Öğretim Görevlisi olarak aramıza yeni katılır. 1980 yılındaki bu tanışma, ilk önce -ikimiz de bekar ve Balıkesir'de yeni olduğumuz için- ev arkadaşlığına, ardından da bugünlere kadar eksilmeden gelen ve şahsen benim için en fazla değer verdiklerimin başında gelen son derece köklü bir dostluğa dönüşür.

Necdet'in gelişi, aynı zamanda, Okulun o zamanki "yerli" kadrosunu oluşturan bizim, yani doğrudan bu kurumun kadrosuna atanmış olan öğretim elemanlarının sayısını 4'e çıkarır. Kıdem bakımından, kuruma hepimizden önce atanmış ağabeyimiz Cihan Dura'yı, benden 1 yıl kadar önce gelen Cemil Boyacı takip eder. Her birimizin öğrenim yaşamı oldukça farklı mecralarda gelişmiş olsa da dördümüz de Doktora öğrenimini Fransa'da tamamladıktan sonra BİTYO'da Öğretim Görevlisi olarak mesleğe başlamıştık ve Cihan Ağabey dışındaki üçümüz, hemen hemen aynı yaşlarda ve Üniversite yaşantımızın daha başında idik. Üstelik kadrosundaki diğer öğretim elemanlarının hemen hepsi gibi, göreve başladığımız kurumun kendisi de bir yükseköğretim kurumu olarak henüz çok gençti ve ilk mezunlarını bir önceki 1978-1979 öğretim yılında vermişti.

Okulun "yerli" kadrosunu oluşturanlar, evet, çok az sayıda idik ve biz, aramızdaki tabirle, dört "frankofon", "Dr. Öğretim Görevlisi" olarak öğretim kadrosunun en üst "rütbeli"leri konumunda idik; ama öğretim programlarının arkasında son derece zengin bir akademik kadro vardı. Akademi'nin kadrosunda yer alan çok sayıda Profesör, Doçent ve diğer öğretim elemanları, hemen her gün üçer beşer kişilik gruplar halinde otobüs ile Bursa'dan gelip Yüksekokul'daki derslerin eksiksiz yapılmasını sağlamakta idi.

Hemen belirtmem gerekir ki, bu yapı, kurumun YÖK'ün kuruluşu ile birlikte ismi de dahil, köklü bir değişim geçirmesinden sonra da gelenekleri ile birlikte aynen devam eder. Eğer bugün, ülkemiz turizm sektörüne aşına çevrelerin de çok yakından bildiği üzere, Türkiye turizm damgasını basmış bir "BİTYO ekolu"nden bahsediliyorsa, kuşkusuz bunda, söz konusu akademik

temelin oynadığı rol önemli ölçüde belirleyici olmuştur. "BITYO ekolü", tam da Türkiye turizminin çok büyük bir atılım geçirdiği o çok kritik önemdeki 1980'li yıllardan bu yana en üst derecede nitelikli meslek elemanı olarak yetiştirip sektörün hizmetine sunduğu turizm profesyonelleri ile etkinliğini bugün de sürdürür. Zaten bugünün Balıkesir Turizm Fakültesi de söz konusu akademik temeller üzerinde yükselir.

Özenle belirtmem gerekir ki, Necdet'in bu süreçteki katkısı ve oynadığı rol herkesten fazladır. Bu bakımdan, Necdet Hacıoğlu ismi, yukarıda bahsettiğim "BITYO ekolü"nü bugünlere hem de yepyeni boyut ve katkı da ekleyerek taşıyan en önemli isim olarak temayüz eder. Yükseköğretim'in ilk kadrosundan Cihan Dura, turizm alanında değilse de üst seviyede bir iktisatçı olarak Kayseri'de, ben de daha ziyade bürokrat olarak Ankara'da kariyerimizi sürdürmek üzere kısa zamanda ayrıldık. Geride kalan ikili, yani Necdet Hacıoğlu ile Cemil Boyacı turizm sektörüne sadık kaldılar ve Türkiye'nin ilk Turizm Doçent ve Profesörleri arasında yerlerini aldılar.

Aramızdan sadece Necdet; Turizm sektörüne olduğu kadar, Balıkesir'e de sadakatini bugüne kadar sürdürdü. Hem de çok istisnai bir kadere sahip olarak: sadece turizm sektörünün günümüzdeki en önde gelen ve saygın duayenleri arasında yer almakla da değil; aynı zamanda Balıkesir Üniversitesi Rektörlüğünü büyük bir dirayetle üstlenip, başarılarla geçen sekiz yıllık bir yöneticilik döneminin sonunda emaneti şerefle haleflerine devretmek suretiyle...

Hacıoğlu ile aynı yıllarda çalışmış ve halen Turkish DO&CO Mali İşler Müdürü olan Dr. Zekeriya Sümerkan'ın anlatımı ise şu şekildedir:

Necdet Hacıoğlu ile ilgili herkes bir şey söyleyebilir. Ancak benim anlatacağım bir kaç cümlemin, onun karakter mükemmelliğini ve öğrenci aşkını en güzel şekilde ortaya koyacağına inanıyorum. Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda 1980'li yıllardayız. Türkiye'nin ilk dört turizm okulundan biriyiz. Hacıoğlu, okul müdürü ve ben de müdür yardımcısıyım. Üç yıl beraber oldum. Bu üç yılda devamlı beraberiz. Bir müdür bir müdür yardımcısıyla ne konuşur diye düşünürsünüz değil mi? Bu söylediklerime inanamayabilirsiniz ama bu üç yıldan sonraki yaşantımda da benim ve benim yönlendirdiğim çocuklarımın hayat felsefesi olan düşünceyi sizinle paylaşacağım. "Necdet Hacıoğlu ile ne zaman birlikte olsam daima ve daima ısrarla konuştuğu konu öğrencilerin gelişmesi için yaptıkları ve yapacaklarımız olmuştur". Okulun ilk asistanlarını alırken de tüm baskılara karşın öğrencilerine olan sevgisini sürdürür. Bir ay önce İstanbul'da yemekte beraberdik. Aynı aşkı azalmadan devam ettirdiğini gördüm ve hissettim.

Anlaşıldığı üzere, Hacıoğlu'nun geçmişte öğrencisi olmuş ve akademik yaşantısını halen devam ettiren kişiler ile aynı yıllarda onunla birlikte çalışmış yakın dostları ve çalışma arkadaşları kendisini iyi bir turizm sevdalısı, öğrencilerine düşkün bir akademisyen ve üretken bir yönetici kimliği ile takdir etmektedir. Akademik çalışmaları ve güçlü sos-

yal yönleri ile Hacıoğlu, zihinlerde olumlu bir yer etmeye devam etmektedir.

TURİZM LİTERATÜRÜNE KATKISI

Hacıoğlu, turizmin kendisi için vazgeçilmez olduğunu ifade eder. Çeşitli projelerde koordinatör olarak görev alan Hacıoğlu, sadece yurtiçinde değil, aynı zamanda yurtdışında da turizm çalışmalarına devam eder ve bu nedenle 32 değişik ülkede turizm ile ilgili araştırma ve incelemelerde bulunur. Balıkesir turizmine de büyük önem veren Hacıoğlu, özellikle yöredeki ikinci konutların turizme kazandırılması üzerine araştırmalara öncülük eder.

Hacıoğlu, özellikle seyahat acentaları, turizm pazarlaması ve turizm eğitimi üzerinde yoğunlaşır ve çalışmalarını bu yönde geliştirir. Turizm öğrencilerinin başvurduğu temel kitaplarının yanı sıra, yurtiçinde ve dışında çok sayıda bilimsel çalışma yürütür. Hacıoğlu, turizm sektörünün bel kemiklerinden olan seyahat acentaları ile ilgili başta "Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü" kitabı olmak üzere yapmış olduğu çalışmalarında, acentaların Türkiye'deki durumlarına değinerek onlara sektörde nasıl ayakta kalabilecekleri ile ilgili önerilerde bulunur. Turizmde pazarlama konusuna da değinen ve "Turizm Pazarlaması" kitabına da sahip olan Hacıoğlu, Türkiye turizminin yurtiçinde ve yurtdışında tanıtılması ve pazarlanması ile ilgili modeller oluşturmada ve politikalar geliştirmede önemli katkı sağlar. Türkiye turizminin en önemli sorunlarından biri olan nitelikli işgücü eğitimi eksikliğini özellikle ele alan Hacıoğlu, bu konuyu gerek derslerinde gerekse toplantılar esnasında dile getirerek bu açığı gidermenin yollarını anlatır. Konu ile ilgili olarak yazdığı "Türkiye'de Turizm Eğitimi" adlı kitabında turizm eğitiminin gerekliliğini vurgular. Türkiye turizm eğitiminin yapısını ve eksikliğini ortaya koyar. Türkiye'de rekreasyon ve turizm alanında ilk çalışmaların öncüleri arasında önemli bir değer olan rahmetli Mustafa Sağcan'ı unutmamak gerekir. Hacıoğlu'nun da "Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi" konusunda kaleme aldığı teksir, daha sonraki yıllarda kitap haline getirilir. Hacıoğlu kitabında, boş zaman ve rekreasyon faaliyetlerinin turizmdeki rolünü ve önemini dile getirir. Yakın zamanda, özellikle turizm fakültelerinin bölümlerinden birinin "Rekreasyon Yönetimi" adını taşıması bu alanın bugün de ne kadar güncel öneme sahip olduğunu göstermektedir.

Hacıoğlu'nun ayrıca, birlikte editörlüğünü yürüttüğümüz ve 35 yazarın farklı bölümleri kaleme aldığı "Turistik Ürün Çeşitlendirmesi" adlı bir de kitabı bulunur. Editörler kitapta, Türkiye açısından alternatif turizm türlerini ortaya koymayı ve sahip olduğu turistik arz kaynaklarını ayrıntılı bir incelemeye tabi tutmayı amaçlarlar. 2008 yılında basımı gerçekleşen kitap, sektör temsilcileri, yatırımcılar, turizm eğitimi alan öğrenciler ve akademisyenler için eşsiz bir rehber niteliği taşır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

34 yılı akademik hayat olmak üzere yaklaşık 40 yıldır turizm camiasın içinde aktif olarak görev yapan Necdet Hacıoğlu, sekiz yıl Balıkesir Üniversitesi rektörlüğü görevini de yürüterek turizm alanında çalışan ilk rektör olma özelliğine sahip olur. Turizm sektörünün ve özellikle turizm eğitiminin her zaman içinde olan biri olarak Hacıoğlu, Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde öğretim üyesi olarak görevini sürdürür. Yurtiçi ve dışında bilimsel toplantılara katılımını sürdüren, çeşitli panel ve sempozyumlarda başkanlık görevine devam eden ve aynı zamanda Ulusal Turizm Kongresi Danışma Kurulu üyesi olan Hacıoğlu, Lisans derslerinin yanı sıra Lisansüstü derslere de devam eder ve tezler yönetir. Öğrencileri ve özel sektör temsilcileri tarafından takdir edilen, akademik kimliği ve genç akademisyenlere yol gösterici özelliği ile meslektaşları arasında duayen bir isim olmaya devam

eden Necdet Hacıoğlu ile birlikte çalışmaktan ve onun akademik hayatını kaleme almaktan duyduğum mutluluğu belirtmek isterim. Türkiye turizmine ve genç akademisyenlerin gelişmesine daha nice katkılar sağlayacağı ümidiyle, değerli hocamıza sağlıklı ve uzun bir ömür dileyerek saygılarımı sunuyorum.

SEÇİLMİŞ ESERLERİ

- Hacıoğlu, N. (1980). *L'origine d'Aziyade, Revue Pierre Loti, No:1: 21-22.*
- Hacıoğlu, N. (1982). *Loti au Secours des Turcs d'Aujourd'hui, Revue Pierre Loti, No:9: 19-20.*
- Hacıoğlu, N. ve Keller, R.B. (1984). *Residences Secondaires, Tourisme de Week-End, Centre des Hautes Etudes Touristiques, Aix-en-Provence, Fransa.*
- Hacıoğlu, N. (1990). *Le Tourisme International en Turquie, Centre des Hautes Etudes Touristiques, Aix-en-Provence, Fransa.*
- Hacıoğlu, N., Gökdeniz, A. ve Dinç, Y. (2002). *Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi (Örnek Animasyon Uygulamaları).* Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hacıoğlu, N., Avcıkurt, C., İlban, M. ve Sapar, V. (2005). *Leisure Preferences of Resident in Nevşehir, A Historical City in Central Turkey, World Leisure Journal, 47(3): 17-27.*
- Hacıoğlu, N. (2006). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü.* (6. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Hacıoğlu, N. (2008). *Turizm Pazarlaması.* Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Hacıoğlu, N., Kaşlı, M., Şahin, S. ve Tetik, N. (2008). *Türkiye'de Turizm Eğitimi.* Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (2008). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi.* Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Prof. Dr. Cevdet Avcıkurt, Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Çayış Kampüsü, Balıkesir. E-posta: avcıkurt@balikesir.edu.tr

Bürokrasiden Akademiye Turizmde Gelişmenin Köşetaşlarının Döşenmesi: Nüzhet Kahraman

Oğuz TÜRKAY

*Sakarya Üniversitesi
İşletme Fakültesi*

GİRİŞ

Türkiye'de turizmin gelişimi, daha fazla oranda ekonomik yönü ön plana çıkarılarak tasarlanmış olup, buna bağlı olarak da önemli bir süre merkezi yönetimler tarafından desteklenir. Daha ilk yıllarından itibaren genç Türkiye Cumhuriyeti'nin ekonomik sahada göstermesi gereken atılım tasarlanırken, sahip olunan kaynaklardan dolayı turizmin güçlü bir gelişim alanı olabileceği düşünülür. Ancak, turizmi harekete geçirecek yerli bir talep bile söz konusu değilken bu alanda nasıl ilerle-

neceği önemli bir sorun olarak ortaya çıkar. Var olan doğal, tarihi, kültürel kaynaklar çok önemli bir avantajdır. Ancak bu kaynakları nitelikli bir ürüne dönüştürüp güçlü bir sunum yapma olanağı henüz yoktur. Özellikle de özel sektörün turizme yönelmesi, cesareti ve ilgisi henüz söz konusu değildir. Bu koşullar altında bir turizm gelişimini tasarlamak zor bir iştir ve birkaç kuşağa yayılarak ancak başarılması mümkündür. Birkaç kuşak diyoruz ama işin sıkıntısını o darlık, zorluk döneminde yaşayanların çekeceği de gün gibi ortadadır.

Bu bakımdan, Türkiye turizminin gelişmesine emek vermiş, daha tünelin ucu görünmüyorken umudunu yitirmeden bu işe zaman ve emek harcamış insanlar bugünkü durumun gerçek mimarı olarak görülmelidir. Prof. Dr. Nüzhet Kahraman da Türkiye’de turizmin gelişimi aşamalarına 1970’li yıllardan bu yana emeğiyle güç vermiş bir isim olarak ilk akla gelen öğretim üyeleri arasında yer alır. Kahraman’ın ulusal turizm sektörünün gelişme periyodu içerisinde farklı sahalarda kritik görevler icra etmiş olması, onun katkısını eşsiz ve önemli kılar. Bürokraside geçen uzun yıllar boyunca turizm projelerinin fonlanması konusunda çalışan bir ekibin içinde görev aldıktan sonra yine turizm eğitimi veren önemli kurumlarda öğrenciler yetiştirir ve turizmin geleceğine etki eder.

Kahraman’ı ilk olarak, başkanlık ettiği jürinin öğrenci seçimi amacıyla bir araya geldiği İstanbul Üniversitesi’ne ait bir binada bir Yüksek Lisans öğrenci adayı olarak tanıdım. Lisans öğrenimimi uzunca bir süre önce bitirmiş ve sektörde çalıştıktan sonra hedefim olan akademik kariyer umuduyla bu sınava gitmiştim. Akademi ile sektörün gerçeklerinin birbirinden kopuk olduğuna dair o günkü görüşüm beni karşıma çıkacak akademisyenler konusunda az da olsa bir çekinme duygusuna itmekteydi. Daha tanışma aşamasından itibaren Kahraman’ın turizmin akademik bir alan olmasının yanında halihazırda işleyen, devinen dinamik yanına ve sektörel sorunlara ne kadar vakıf olduğunu anlamaya başladım. Daha sonraki süreçte Yüksek Lisans tez danışmanım olarak yönlendirmeleri, birlikte kaleme aldığımız “Turizm ve Çevre” kitabının hazırlık sürecindeki özverili rehberliği beni hep motive etmiş ve güçlendirmiştir.

Kahraman’ın sakin kişiliği ve işine odaklı oluşunun, tüm öğrenciler üzerinde derslerine daha bir ciddiyetle eğilme yönünde bir motivasyon ürettiğini düşünürüm. Derslerinde konu ile ilgili anlatımını örnek ile süslemekten hoşlanır, ortaya soru atarak öğrencilerin düşüncelerine ve yorum geliştirmelerine olanak sunar. Ödevleri ve tezleri eksiksiz bir şekilde okuyup değerlendirerek geribildirimde bulunur. Bunu hocanın danışmanlığında tez yapan öğrenciler mutlaka yaşamıştır. Cümle cümle yazılanlar kontrolden geçer, mantığı sorgulanır, yeri değiştirilir, doğrusu belirtilir ve ilave açıklamalar kenarlara yazılır. Kahraman’ın bu titizliği hem turizm sektörünün hassas dengeler üzerinde

gelişmesi hem de bu dengeleri belirleyecek gelecek kuşaklara verdiği önem ile ilgilidir. Bunun yanında küçük yaşlardan itibaren turizm ile içli dışlı oluşu ve sonrasında görev aldığı bürokrasiden getirdiği ve yıllar içinde şekillenen hassasiyeti olarak ortaya çıkıyor olmalıdır.

ÖZGEÇMİŞİ

Nüzhet Kahraman, 18 Ocak 1948 yılında Tekirdağ İli’ne bağlı Çorlu İlçesi’nde dünyaya gelir. Çorlu, coğrafi olarak Türkiye’yi Batı’ya bağlayan bir yerdedir. Bir geçiş noktası özelliğine sahiptir. Aynı zamanda Türkiye Cumhuriyeti’nin içinde bulunduğu zor şartların üstesinden gelinmesi adına çaba gösterecek dinamik ve kararlı bir nüfusa sahiptir. Zira yeni teknikleri, yeni gelişmeleri yurda taşıyan Balkanlardaki Türklerin geri çekilme yolu üzerinde olduğu için güçlü bir değişim sinerjisine sahip bir bölgedir. Kahraman, bu coğrafyada büyür. Coğrafyanın etkileşimli doğası onu daha o yıllarda turizm faaliyetiyle yüzleştirir. O yıllarda arabalarıyla Türkiye’yi gezmek üzere seyahate çıkan başta Fransızlar olmak üzere değişik ülkelerden turistler İstanbul yolu üzerinde bulunan Çorlu’ya uğramaktadır. Özellikle yemek için verilen mollar, Kahraman’ın onlarla tanışması için iyi bir fırsat olur. Hoca, yakaladığı turistleri yemeğe götürür, onlarla uzun uzun sohbet etmeye çalışarak Fransızca dilini ilerletir. Bu ziyaretçilerin büyük çoğunluğu varlıklı insanlar olup, o yıllarda güçlü bir eğilim halinde olan ve çoğunlukla İstanbul başta olmak üzere kültür merkezlerini ziyarete odaklanan kültür turizmi yapmaktadır. Turizm ile bu ilk tanışma ise Kahraman’ın daha sonraki yıllarda yaşamıyla ilgili verdiği kararlarda bir yön verici ve bir çekici unsuru olarak etki eder.

Kahraman, yüksek öğrenimini ekonomi alanında yapmak ister. Bu niyetle İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi’ne kayıt olur. Üniversite öğreniminin ardından 1973-1992 döneminde Turizm Bakanlığı ve Turizm Bankası’nda Proje Değerlendirme Uzmanı ve Yöneticisi olarak görev yapar. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı’nda çalışırken 1974 yılında Fransa’da, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü’nün (OECD) bursunu kazanarak Otel İşletmeciliği ve Turizm Projelerinin Finansmanı alanında araştırmalarda bulunur. 1978 yılında Fransız Hükümeti’nin davetlisi olarak önemli turizm gelişim proje merkezlerindeki uygulamaları ince-

ler. Londra'da faaliyet gösteren Harworth & Harworth International isimli uluslararası danışmanlık kuruluşunda 1984 ve 1985 yıllarında turizm projelerinde yapılabirlik konusunda çalışmalar yapar. 1980 yılında Ekonomi Doktoru, 1989 yılında Turizm İşletmeciliği Doçenti, 1995 yılında Turizm İşletmeciliği Profesörlük unvanını alır. 1980 yılından itibaren Hacettepe, Gazi, İstanbul, Kadir Has, Haliç ve İstanbul Ticaret gibi üniversitelerin Lisans ve Lisansüstü programlarında dersler verir. Halen İstanbul Ticaret Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü Başkanlığı görevini ve Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TUGEV) Yönetim Kurulu Üyeliği görevini sürdüren Kahraman'ın çeşitli makaleleri, yurtiçi ve dışı konferanslarda sunulmuş bilimsel bildirilerinin yanı sıra yayımlanmış dört kitabı bulunmaktadır.

2001-2003 yılları arasında Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği (TUYED) Başkanlığı'nı yürütür. Kahraman, kendisi gibi bürokrasiden gelen bir akademisyen olan Gülsen Kahraman ile evlidir.

İKİ ALANDA BİRDEN KARIYER GELİŞİMİ

Kahraman'ın lise yıllarında kendisine hedef olarak seçtiği ekonomi öğrenimi, onu İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'ne taşır. O yıllarda dünyadaki gelişme ve kalkınmanın birinci ayağının ekonomi olduğunu görmekte ve bu nedenle ekonomi biliminin ülkeye hizmet adına en önemli kulvar olduğunu düşünmektedir. O zamanki genç kuşağın ülke sorunlarına çok daha duyarlı olduğunu, öğrencilerin Türkiye'nin gelişimi konusunda belki daha fazla siyasi ama mutlaka güçlü bir farkındalığı, azmi ve çabası bulunduğunu vurgulamak gerekir. Kahraman da bu dönemde bir ekonomi öğrencisi olarak ülkenin gelişimi adına analizler, çaba ve kendine bu yolda bir gelecek kurgulama peşine düşer. Buna bağlı olarak da Fakülte'nin son sınıfındayken öğrenimini daha ileriye taşıma amacı baskın bir hal alır. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'nde Doktora programı olduğunu öğrenir ve Lisans öğreniminin son yılında bilim ile yabancı dil sınavlarına girerek Doktora öğrenimine başlar (1972). Diğer yandan da aynı yıl, Lisans mezuniyeti ile birlikte Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nda göreve başlar. *"Bakanlığı 1963 yılında kurulan ve turizm değerleri de yüksek bir ülke olarak Türkiye'de turizmde gelişmeye açık bir alan gördüm. Bu nedenle, yapıcı çalışmalar ile bu gelişimin içinde yer almayı istedim"* diyerek turizm alanın-

da çalışmayı seçtiğini ifade eden Kahraman için bu dönem kariyerinde iki ayrı yolda birden yürüdüğü ve bir yandan kamu hizmeti bir yandan akademik gelişimin devam ettiği yılları kapsar.

Kahraman, Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nda turizm kredileri ilkelerinin tespit edilmesi üzerine çalışan ekibin içindedir. Bu görevi, onu turizm gelişimini olumlu ve olumsuz bütün yönleriyle birlikte değerlendirme, izleme ve analiz etme konusunda oldukça geliştirecektir. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'ndaki görevi kapsamında Fransa'da Club Med'de işletmecilik ve Credit Hotelier'de turizm projesi finansmanı çalışmalarını izler. Yurda döndükten sonra Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nın temel ilkelerini belirlediği, arazi tahsis işlemlerini yürüttüğü turizm teşviklerinin Turizm Bankası tarafından işletmelere sağlanması ve bunun için yürütülen fizibilite çalışmalarında görev alır. Zira teşvik sisteminin uygulamaya koyulduğu ilk on yıl boyunca Turizm ve Tanıtma Bakanlığı ilkeleri belirlemekte ve Turizm Bankası da fizibilite sonrasında kredileri vermektedir. Bakanlık bünyesinde göreve başlaması Türkiye'de Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nın henüz çok yeni olduğu bir dönemdir. 1963 yılında Bakanlığı'nı kurarak Devlet turizm potansiyelini değere dönüştürmek üzere henüz daha ilk adımları atmakta veya atmaya hazırlanmaktadır. Bunun için de devletin yatırımcı olarak sektörde yer alması ve en alt basamaktan itibaren tam bir teşvik programı uygulanması öngörülmektedir.

Bu kapsamda da en önemli uygulamalardan biri turizm projelerine kredi vermektir. Ancak projelerin desteklenmesinde temel ilkeler ve desteklenecek turizm projelerinin içeriğinin ne olacağı önemli bir sorun olarak ortada durmaktadır. İşte henüz yeni geliştirilecek bu alanda teşvik uygulamalarının can damarını oluşturan kredi politika ve ilkelerinin belirlenmesi ve bu ilkeler doğrultusunda kredilerin verimli kullanımının kontrolü kritik önem taşımaktadır. Bu kapsamda, kurulduğundan itibaren ilk yıllarda Turizm ve Tanıtma Bakanlığı, kredilendirme ilkelerini belirlemek üzere çalışmalar yürütür. Sonrasında ise Turizm Bankası fizibilite raporlarına bağlı olarak kredi kullanılır. 1980 yılına kadar devletin "öncü ve örnek" olarak geliştirmeye çalıştığı turizm, 1980 yılından sonra bir yandan devam eden özelleştirme çalışmaları, diğer yandan da devletin özel girişimi fonlama amacıyla kredi sistemi uygulamasıyla belli ivme kazanır.

Bu kredi ile teşvik sistemi 1992 yılına kadar sürer. Aynı dönemde Turizm Bankası 22 adet turizm işletmesinin de sahibidir. Dolayısıyla Banka kapsamındaki hizmeti Kahraman'ı doğrudan turizm gelişimi senaryosunun ve turizm sektörünün gelişim pratiğinin içine çeker. Kahraman, bu süreçte hem Bakanlık tarafında yer alıp ilkelerin belirlenmesi çalışmaları hem de Banka tarafında yer alarak kredilerin fizibilite çalışmalarının içinde yer alır.

Kahraman, kamu sektörü adına yurtdışı görevinin ardından yurda dönüşünde kısa dönem askerliğini tamamlar. Bir yandan da yarım kalan Doktora eğitimine devam etmektedir. İki yıl doktora çalışmalarını sürdürdükten sonra 1980 yılında Doktora derecesini tamamlar. Bir yandan bürokrasi-deki görevi devam etmektedir, diğer yandan da Gazi Üniversitesi'nde Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans ve Doktora programlarında 15 yıl ders saatli Öğretim Görevlisi olarak görev alır. Bu durum, 1993 yılına değin devam eder ve bu yıldan itibaren Hacettepe Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde görev alır. Sonrasında ise uzun süre görev yapacağı İstanbul Üniversitesi'ne geçer.

Kahraman, akademik yaşama ani bir geçiş yapmaz. Bu geçiş, aşamalı olur ve bu nedenle aslında daha bürokratik yaşamında bile akademide tanınan biri olmanın verdiği bir kolaylıkla bu değişim bir sıkıntı doğurmaz. O yıllar akademide de turizmin yavaş yavaş kabul görmeye başladığı bir dönemdir. İstekli öğrenciler bulmak, onları bu alanda çalışmaya teşvik etmek, yol göstermek ve yön vermek ama bunu sabırla ve ilgiyle yapmak o dönem akademisyenleri için bir zorunluluktur. Bunu yaparken de turizm sektörünün gelişme dinamiklerini anlamak, gelişmeleri izlemek ve teorik planda bu gelişmenin önemli noktalarına, sorunlarına vb. ışık tutmak gerekmektedir. Kahraman, bu duyarlılığı fazlasıyla sergiler. Bir yandan turizm gelişiminin kritik alanları olarak yatırım ve pazarlama konularında bilgi üretirken diğer yandan da çevre sorunları gibi bu gelişmenin yumuşak karnı denebilecek alanlarda düşünmesi, üretmesi ve öğretmesi bunu ortaya koymaktadır.

Kahraman, Türkiye'de turizm gelişimine hizmet ettiği bürokrasi kanadı içinde değerli insanlar ile çalıştığını vurgular. 1972-1974 yılları arasında Teşvik Uygulama Dairesi'nde görev yapıyorken birlikte çalıştığı Turizm Bakanlığı'nda Genel Müdür ola-

rak görev yapan Cengiz Altuğ, Turizm Bankası'nda Genel Müdür İlhan Evliyaoglu ve Genel Müdür Yardımcısı Haşim Gönenc, Nüzhet Kahraman'ın "çalışkan ve uzmanların önünü açan yöneticilerdi" diye tarif ettiği çalışma arkadaşlarıdır. Turizm Bankası'nın verdiği teşvik ve krediler bu dönemde %100 oranında ilgili ekibin fizibilite raporlarına bağlı olarak verilir. Bu durum o yıllarda fizibilite ve kredilendirmede çalışan ekiplerin kritik rolünü ortaya koyar.

Kahraman'ın akademik yaşamında da etkilendiği isimler mevcuttur. Bu isimler, Lisansüstü derslerinden tanıdığı ve bazıları daha sonra görev aldığı okullarda da birlikte çalışacağı kişilere aittir. İstanbul Üniversitesi'nden Prof. Dr. İsmet Doğan Kargül, Prof. Dr. Sencer Divitçioğlu ve Prof. Dr. Gülten Kazgan ile Hacettepe Üniversitesi'nden Prof. Dr. Halil Can ve Prof. Dr. Doğan Tuncer, bu isimler arasındadır. Bu öğretim üyelerinden bazıları farklı bir uzmanlık alanından olmalarına karşın turizm alanına ilgi duymaktadır. Bu nedenle, turizmin bir akademik çalışma alanı olarak gelişmesi adına bu alana yönelen gençleri desteklemekte, Kahraman gibi o yılların ilgili gençlerini akademik ortama çekmeye çalışmaktadırlar. Nüzhet Kahraman'ı da daha Turizm Bankası'nda çalışırken, sık sık panellere vb. konuşmacı olarak davet ederek görüş alışverişinde bulunurlar.

Kahraman, turizmin Türkiye'de bir akademik çalışma olarak kabul edilmesinde emeği geçen ilk kuşağın içinde sayılabilir. "Bu kuşağın kendi içinde farklı ekoller ortaya çıkmış mıdır?" sorusuna bağlı olarak kendi fikri sorgulandığında, onun turizm camiasını bir bütün olarak gördüğüne ve kendi kuşağını bütünüyle sahiplendiğine tanık olunmaktadır. Prof. Dr. Hasan Olalı ve Prof. Dr. Meral Kozay gibi isimler, akademiye geçtikten sonra sürekli bir arada olduğu öğretim üyeleri arasına yer alır. Hasan Olalı, Doçentlik jürisinde bulunur. Turizmin akademik gelişiminde Hasan Olalı ve onun yakın çevresi ile Dokuz Eylül Üniversitesi, bir ekol olarak görülmektedir. Ancak o yıllarda bir çalışma alanı olarak turizmi ele alan akademisyen sayısı çok azdır ve olanlar da birbirleri ile bir şekilde bağlantı içindedir. Bu bakımdan Kahraman da kendisini eğer bu şekilde söylenebilirse "Olalı Ekibi"nin içinde görmektedir.

AKADEMİK ÇALIŞMALARI

Kahraman, doktora tezini Prof. Dr. Abdullah Türkoğlu'nun danışmanlığında ve Prof. Dr. Tunca Toskay'ın da desteği ile "Türkiye'de Turizm Yatırım Projelerinde Değerlendirme Sorunları" üzerine yapar. "Turizmde Yatırım Finansmanı", Profesörlük unvanına başvuru için hazırlanan takdim kitabının ismidir. Bu kitabını "Turizmde Yatırım Projeleri", "Turizm Yatırım Projeleri Analizi" ve "Turizm ve Çevre" isimli kitapları takip eder.

Kahraman'ın eserleri incelendiğinde, üç kısma ayrıldığı görülür. Birinci kısım içerisinde Türkiye'de turizm gelişimi adına birincil gereklilik olarak görülen özel girişimlerin gereksinim duyduğu yatırım sürecini analiz eden ve tanıtan eserler yer alır. Bunlar arasında "Turizm Yatırım Projeleri Analizi", Türkçe eserler arasında dalında öncü bir eser olmasının yanında, halen daha bu alanda kaleme alınmış çok az sayıda eserden biridir. İkinci grup içinde Türkiye'de turizmi geliştirmek adına biraz da pazarın belli spesifik özelliklerini ele alan ve pazarlama bakışını yansıtan eserler yer alır. Bunlar kültür turizminin geliştirilmesi, kış turizmi, turizm ve ülke imajı gibi konulara odaklanan çalışmalardır. Üçüncü grup içinde ise turizm gelişimini ilkesel olarak bir standarda, mantıksal bir çerçeveye ve etik bir anlayışa bağlayan sürdürülebilir turizm anlayışını temeline alan çalışmalar yer alır. Bürokrasiden başlayarak turizm gelişiminin en kritik yıllarına paralel bir kariyer yaşamı, bu gelişimin ekonomik olduğu kadar toplumsal ve ekolojik yönlerini de Kahraman'ın ilgi alanına alır ve onun eserleri içerisinde "sürdürülebilir turizm" konusunu görünür kılar. Bu anlamda da Kahraman, hem eserleri hem de yönettiği tez çalışmaları ile turizm gelişiminin temel ilkeleri konusunda bir anlayışın oluşmasına ve yayılmasına önemli katkı sağlar.

Kahraman'ın turizme akademik katkıları içerisinde yetiştirdiği öğrencilerini de söz konusu etmek gerekir. Bu öğrencilerden bir kısmı halen turizm alanında akademisyen olarak görev yapmaktadır. Mehmet Yeşiltaş, Muharrem Tuna, Dilek Sevin, Ali Yaylı, İrfan Yazıcıoğlu, Akın Aksu, Şerif Baldıran, Selma Meydan, Uysal Yenipınar, Onur Gülbahar, Gökhan Emir, Ayşegül Şan ve bu satırların yazarı gibi akademisyenler Prof. Dr. Kahraman'ın tez danışmanlığını yürüttüğü öğrencileridir.

Kahraman, halen Turizmde Ürün Çeşitlendirme, Turizm Yatırım projeleri Analizi, Turizm ve Çevre, Destinasyon Yönetimi, Turizm Etiği, Animasyon ve Rekreasyon Yönetimi ve Turizm Mevzuatı gibi dersler vermektedir.

AKADEMİ DIŞI BAĞLANTI VE KATKISI

Kahraman'ın bürokrasi içinde yer almasından akademik yaşamına dek tüm aşamalarda turizm sektörü ile yakın iletişimde olduğu da görülür. Turizm birlikleri, mesleki sivil örgütlenmeler vb. ile yakın iletişim halindedir. Tanıdığı, tanıştığı kişiler, kurumlar ve işletmelere bilgi ve deneyimini aktarır, öğrencilerini onlara yönlendirerek öğrencilerinin de istifadesini arttırır. Bu bağlantıları, hem deneyimini pratiğe dökme açısından hem de sektörel kurumlara katkı açısından önemlidir. Örneğin, 2001-2003 yılları arasında Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği'nin (TUYED) başkanlığını yürütür. Bu görevi o yıllarda TUYED'in yönetimiyle ilgili karşılaşılan bir anlaşmazlıkta birleştirici rolüne istinaden kabul ettiğini kendisi belirtmektedir. Ayrıca, SKAL-Turizm Profesyonelleri İstanbul Kulübü ve Türkiye Ekonomik, Siyasal Araştırmalar Vakfı üyeliği ve Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TUGEV) Yönetim Kurulu Üyeliği gibi görevleri de bulunmaktadır. Ayrıca, sektörel uygulamaların masaya yatırıldığı birçok bilimsel etkinlikte konuşmacı olarak yer almış ve halen de almaktadır.

ÇALIŞMA ARKADAŞLARI GÖZÜYLE

Kahraman'ı anlatmak için çalışma arkadaşlarının tanıklığına da başvurulmuştur. Kahraman ile tanışıklığı oldukça geçmişe dayanan ve Türkiye turizmi adına belki yıllarca omuz omuza mücadele vermiş Turizm Bakanlığı eski Müsteşarı ve İstanbul Ticaret Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi'nden Dr. Özen Dalli şu ifadelerle anmaktadır:

Nüzhet Kahraman ile tanışıklığımız 1970'li yıllara uzanır. Ankara'da birlikte bürokrasi merdivenlerinin ilk basamaklarından başlayarak turizm sektörünün dinamiklerine ve beklentilerine uygun bir şekilde çeşitli kurumlarda öncülük görevini yerine getirdik. Prof. Kahraman'ın meslek yaşamında iki önemli kişiliği dikkat çekmektedir. Kendisi, her şeyden önce kıdemli ve deneyimli bir turizm uzmanıdır. Kahraman'ın turizm yatırımlarının ivme kazandığı 1980'li yıllardan başlayarak turizmin teşviki, mevzuatı, yatırımların finansmanı, proje değerlendirme konularında bilge bir kişiliği vardır. İkinci özelliği ise akademik ve eğitimci yönüdür. Böylece tüm birikimini akademik bir disiplin çerçevesinde öğrencileri ve meslektaşları ile paylaşmıştır. Kah-

raman, mesleki bilgi ve becerileri ayrıca sosyal davranışları dolayısıyla yurtiçi ve dışı platformlarda konferans, çalıştay ve buna benzer etkinliklerde başarılı görevleri yürütmüştür.

Kahraman'ın deneyimli, kıdemli hocalığı onun gençler ile iletişimine hiçbir olumsuz etki doğurmaz. Tam tersine gençler ile bilimsel konuları konuşmayı, onlara yol göstermeyi sever ve bunu devam ettirmeye dikkat eder. Bu bakımdan genç kuşak turizm akademisyenleri arasında yer alan İstanbul Ticaret Üniversitesi Öğretim Üyesi Dr. Mustafa Cevdet Altunel'in de Kahraman ile ilgili görüşleri paylaşılmaktadır:

Nüzhet Kahraman'ın çalışma ve iş yapma şekli tek bir atasözü ile özetlenecek olsa, en uygunu "bugünün işini yarına bırakma" olurdu. Gerçekten de Nüzhet Kahraman, Fransız Lisesi'nde geçirmiş olduğu yılların da etkisiyle, başladığı ve bitirmesi gerektiği işi mutlaka zamanında ve düzgün bir şekilde tamamlamaya özen gösterir. Böylece işlerin ertelenmesi ve birikmesine fırsat veremeyerek gelecek günlerde yaşanması olası yoğunlukların önüne geçmiş olur. Başarılı bir kariyerin önemli taşlarından biri olduğunu düşündüğüm bu özelliği, hem Nüzhet Kahraman'ı anlatması hem de benim gibi genç akademisyenlere yol göstermesi açısından önem teşkil etmektedir. İşin tamamlanmasından sonra ikram edilen lokum eşliğinde içilen kahve ve sohbetin keyfi ise geriye, bu birkaç satırda anlatılamayacak kadar hoş duyguların yaşanmasına vesile olan güzel anılar bırakmaktadır.

Kahraman'ın iki farklı alana has iş koşullarında edindiği deneyimi onu sorun çözme, ilerleme, iş yapma konusunda daha duyarlı yapar. İş konusundaki titizliği ve yakın çevresiyle iletişimindeki teşvik edici, yapıcı tarzı çalışma arkadaşlarının da deneyimlediği bir özelliğidir. Samimi, nazik, anlayışlı yaklaşımıyla yakın çevresini hep olumlu etkiler. Bu durum kendisi hakkında gerek yakından gerek uzaktan belli bir tanışıklığı olan kişilerin söylemlerine de yansır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Kahraman'ın hem bürokraside hem akademi- de görev aldığı yıllar turizm camiası için kritik ve turizm ile ilgili alanlarda çalışanlar için zor yıllardır. Turizm Bakanlığı ve Turizm Bankası'nda yürüttüğü görevleri kendisinin turizmin geleceğine dönük kararları alırken o günün zorluklarına karşın bir sektörün geleceğine duyulan güvenle görev yapmasını gerektirmiş olmalıdır. Akademi- de yine kıt olanak ve bilgiye ulaşma yolunda elde olan kısıtlı kaynaklar ile yayın yapma ve öğrenci yetiştirme durumuyla karşı karşıya kalınmıştır. Kahraman, her iki alanda da başarılı yılları geri-

de bırakır ve onun gibi değerli insanların katkılarıyla turizm sektörü bugünkü ulaştığı noktaya gelir. Kahraman, geçmişinde turizm gelişimi adına bürokraside ve akademi- de üstlendiği görevleri başarıyla yerine getirmenin mutluluğunu veziz şekilde ifade etmektedir: "Bürokratik yaşamımda turizmin gelişmesi için teşvik tedbirleri ve kredi ilkele- rinin hazırlanmasında, ülke kaynaklarının kredi olarak rasyonel dağılımında etkin rol oynadığımdan kendimi ülkeme karşı sorumluluğumu yerine getirmiş görmekteyim. Akademi- de öğrencilerime yol gösterici, geliştirici, sektöre hazırlayıcı misyonumu iyi bir şekilde yaptığıma inanıyorum. Alandaki mevzuatın geliştirilmesi, üniversite- de gençleri sektöre hazırlamak gibi önemli konularda payım olduğunu düşündüğüm için kendimi mutlu sayıyorum". Kahraman, bu sözlerinin bir yansıması olarak, öğretim üyeliğine aktif olarak devam etmekte, öğrenciler yetiştirmekte, bilimsel toplantılara katılmakta, eserler vermeye devam etmekte ve kendisi için belirlediği yolda yürümektedir. Kişiliği, çalışmaları ve hizmetleri ile geçmişte olduğu gibi gelecekte de birçok kişiye örnek olacak, yol gösterecektir. Bir öğrencisi olarak bu yürüyüşünde kendisine uzun soluk ve uğurlar diliyor, emekleri için teşekkür ediyorum.

SEÇİLMİŞ ESERLERİ

- Kahraman, N. (1986). *Turizmde Yatırım Projeleri*. İstanbul: Çağlayan Kitabevi.
- Kahraman, N. (1995). *Turizmde Yatırım Finansmanı*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları No.21.
- Kahraman, N. ve Türkay O. (2003). *Turizm ve Çevre*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kahraman, N. (2010). *Turizm Yatırım Projeleri Analizi*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Kahraman, N. (2007). *Turizm ve Çevre*. İçinde M. Bulu ve İ.H. Özasan (Editörler) *Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü, Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar* (ss.3-28). İstanbul: Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Yayını.
- Kahraman, N. ve Saldamlı A. (2009). *Turizmin Ülke İmajına Etkisi*. İçinde N. Kozak (Editör) *Prof. Dr. Fermani Maviş Anı Kitabı* (ss. 99-113). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Kahraman, N. (1993). *Dünya Turizmi ve Türkiye*. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 32-33.
- Kahraman, N. (1994). *Sürdürülebilir Kalkınma ve Turizm*, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12: 27-31.
- Kahraman, N. (1996). *Toplam Kalite Yönetiminin Turizm Sektöründe Önemi*, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(2): 184-197.
- Kahraman, N. (1996). *Kıy Turizminin Geliştirilmesinde Planlama İlkeleri*, *Tourism and Hotel Trends*, 1: 7-9.

- Kahraman, N. ve Altunel M.C. (2012). Kültür Turisti Tipolojilerinin Belirlenmesi: İstanbul Örneği, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(1): 7-18.
- Kahraman, N. (1994). Sürdürülebilir Kalkınma ve Turizm. 1. *Turizm Sempozyumu*, 17-18 Kasım, Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İzmir.
- Kahraman, N. (1997). Otel İşletmeciliğinde Çevresel Yönetim Politika ve Planları, *Akdeniz Ülkeleri Akademisi Vakfı Sürdürülebilir Kalkınma ve Uygulama Alanları Sempozyumu*, 21-22 Mart, Bodrum.
- Kahraman, N. (1997). Turizm Gelişiminde Çevresel Plan ve Politika, *OLEYİS Vakfı 50. Yıl Sempozyumu*, Ağustos.
- Kahraman, N. (1997). Sürdürülebilir Turizmin Gelişmesi, *Türkiye Çevre Vakfı Sürdürülebilir Kalkınmanın Uygulanması Tartışma Toplantısı*, 11-12 Aralık, Ankara.
- Kahraman, N. (1998). Eğridir Yöresinde Turizm Yatırım Olanakları. I. *Ulusal Turizm Sempozyumu*, Süleyman Demirel Üniversitesi Eğridir MYO Turizm ve Otelcilik Programı, 17-19 Eylül, Eğridir.
- Kahraman, N. (1998). Var Olan Turizm Pazarlarının Geliştirilmesi ve Alternatif Pazar Aranması, I. *Turizm Şurası Kitabı, Turizm Bakanlığı*, 20-22 Ekim, Ankara.
- Kahraman, N. (1998). Türkiye'nin Turizm Arz ve Talebindeki Gelişmeler, 21. *Yüzyılda Sürdürülebilir Turizm Politikaları, Yeni Eğilimler ve Yapısal Değişimler Uluslararası Sempozyumu*, Yıldız Teknik Üniversitesi, 16-17 Aralık, İstanbul.
- Kahraman, N. (2000). Türkiye'nin Yerli ve Yabancı Turist Talebindeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi, 1. *Ulusal Türkiye Turizmi Sempozyumu*, 2-3 Kasım, İzmir.
- Kahraman, N. (2004). Dünya Turizminde Yeni Eğilimler ve Türkiye Açısından Değerlendirilmesi. Yeni Binyılda Turizm Politikaları, *Yeni Eğilimler ve Yapısal Değişimler Uluslararası Sempozyumu*, Yıldız Teknik Üniversitesi, 3-4 Kasım, İstanbul.
- Doç.Dr. Oğuz Türkay, *Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Esentepe Yerleşkesi, 54187, Sakarya. E-posta: turkay@sakarya.edu.tr*

Turizmde Sıradışı Bir Karakter: Öcal Usta

Zeynep ASLAN

*evşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi*

GİRİŞ

Öcal Usta, Türkiye'de turizm alanının gelişmesinde emek sarf etmiş, çok sayıda akademisyen yetiştirmiş ve yetiştirmekte olan, kendisine özgü çalışma tarzı ve çalışma disiplini ile dikkat çeken önemli bir akademisyendir. Turizm alanına yaptığı katkıyı yabancı yayınlar ile destekleyen, Turizm Bakanlığı'nda edindiği çalışma deneyimini akademik yaşantısına yansıtan ve böylece teoriyi pratik ile birleştirebilme yeteneği ile farklılığı olan önemli bir bilim insanıdır. Özellikle Türkiye'nin turizm yatırımlarının değerlendirilmesi konusuna ekonomik, finansal ve teknik yaklaşımlar getirmeyi başarır ve öngörülerinde önemli derecede başarı elde eder. Ayrıca olaylara bakış açısı, sentezleme ve hipotezler geliştirebilme gücü ile yetiştirdiği akademisyenlere geniş bir bakış açısı kazandırabilme-yi sağlar.

Kuramsal yeterliliği, araştırmacı kişiliği, bilimsel yetkinliği, konuları ve olayları yorumlayabilme, sağlıklı bağlantılar kurabilme yeteneği, en göze çarpan nitelikleridir. Herhangi bir konuda çalışma yapmadan önceki planlama aşamasındaki yeteneği olağanüstü düzeydedir. Aynı zamanda diğer insanların bakış açılarıyla bakabilme yeteneğine sahiptir. Bu özellik empati yeteneğinin çok üst düzeyde olduğunu göstermektedir. Akade-

mik heyecanı anlayabilme de Usta'nın en göze çarpan özelliklerindedir. Lisansüstü teziyle ilgili yol almış bir öğrencinin heyecanını olumlu yorumlayan, onu en iyi anlayan ve aynı heyecanı paylaşabilen nadir öğretim elemanlarından. Bunun yanı sıra Öcal Usta, öğrencileriyle iletişimde de çok başarılı bir profil çizer. Öğrenciler, gerek ders konusunda gerekse sorunlarıyla ilgili konularda Öcal Usta ile rahatlıkla iletişime geçebilir, sorunlarına çok hızlı çözümler elde edebilir. Bu yaklaşımı nedeniyle öğrenciler tarafından da ayrıca sevilen bir kişilik sergiler. İletişim becerisinin bu denli güçlü olması, bilimsel yönü yanında çeşitli hobilerinin de bulunmasından kaynaklanır.

Gerek Lisans gerekse Lisansüstü derslerinde asistanlarına da örnek bir öğretim elemanıdır. Öğrenciler ile kurduğu iletişim, sınavlarda ele aldığı konular, değerlendirme kriterleri, ders anlatım tarzı, derse öğrenciyi de katarak diyalog ortamını yakalayabilmesi Öcal Usta'nın en göze çarpan özellikleri arasındadır. Örneğin; sınavlarında öğrencilerin gelecek dönemlerde gireceği mesleki sınavlarda karşılaşabileceği konulara ağırlık vermesi çok olumlu geribildirimler almasını sağlar. Öcal Usta'nın yanında yetişen bir asistan, farkında olmadan topluluk karşısında konuşabilme, olaylara farklı bakabilme, doğru zamanda doğru soruyu

sorabilme, konunun can alıcı noktasında fark edebilme gibi özelliklerini geliştirmekte, akademik yaşantısını hocalık boyutuna taşıdığına herhangi bir zorlukla karşılaşmamaktadır. Öcal Usta'nın akademik anlamda katkısı ele alındığında yetiştirdiği akademisyenlerden, katıldığı kongrelere, yazdığı eserlerden, yönettiği tezlere kadar birçok konuya değinmek gerekir.

YAŞAM ÖYKÜSÜ

Öcal Usta, 1950 yılında İzmir'de doğar. 1971 yılında Ege Üniversitesi İktisadi ve Ticari Bilimler Fakültesi Turizm Bölümü'nü bitirir ve aynı yıl Turizm Bakanlığı Planlama ve Uygulama Dairesi'nde çalışmaya başlar. 1968 yılında kurulan Ege Üniversitesi Turizm Bölümü'nün ilk mezunlarından- dır. 1974 yılında Turizm Bakanlığı'nın İzmir Bölge Müdürlüğü'nde çalışır. 1976 yılında İktisadi ve Ticari Bilimler Fakültesi Turizm Bölümü'nde Araştırma Görevlisi olarak akademik çalışmalarına başlar. 1975 yılında "Türkiye'de Sosyal Turizm" başlıklı Yüksek Lisans tezini yazan Usta, 1978 yılında "Yapısal Bakımdan Sosyal Turizm-Sosyal Turizm Politikası ve Türkiye" başlıklı tezi ile Doktor unvanını alır. 1980-1981 yıllarında İspanya Hükümeti araştırma bursunu kazanarak İspanya'da bulunur. Bilimsel araştırmalarını ve Doçentlik çalışmalarını İspanya Turizm Enstitüsü ve Madrid Üniversitesi'nde sürdürür ve 1982 yılında Doçent unvanını alır. Daha sonra aynı yıl kurulan Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Muhasebe-Finansman Anabilim Dalı'nda Öğretim Üyesi olur. Ayrıca Aydın Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Manisa İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Muğla İşletmecilik Yüksekokulu, İzmir Meslek Yüksekokulu'nda dersler verir. 1988 yılında Profesör olan Öcal Usta, aynı yıl İzmir Meslek Yüksekokulu Müdürlüğü'ne atanır. 1997 yılı Eylül ayına kadar Müdürlük görevine devam eder. Bu süreçte çok sayıda turizm kursları düzenleyerek sektörün ihtiyacı olan elemanları kazandırır ve kapatılmış olan Turizm İşletmeciliği Bölümü'nün yeniden kurulması ve açılması çalışmalarına katkı verir.

Öcal Usta, Fransızca, İspanyolca ve İngilizce bilmektedir. Çok sayıda makalesi, araştırması, konferansları bulunan Usta, Lisansüstü düzeyde birçok tezi yönetir. Halen Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanlığı ve İşletme

Bölümü Bölüm Başkanlığı görevlerini sürdürmektedir. Çalışmaları ağırlıklı olarak Genel Turizm, Turizm Politikaları, Yatırım Projeleri ve Analizi, Finansal Yönetim konularında yoğunlaşır. İşletme Yönetimi, Turizm, Finansal Yönetim ve Sermaye Piyasası alanlarında birçok Yüksek Lisans ve Doktora tezi yönetir. Usta tarafından verilen belli başlı dersler arasında; Turizm Politikası ve Planlaması, Turizmde Yatırım Projeleri Analizi, Turizm İşletmelerinde Finansal Analiz ve Turizm İşletmelerinde Finansal Yönetim dersleri yer almaktadır. Öcal Usta'ya 2014 yılında Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi tarafından "Turizme Hizmet Ödülü" verilir.

BİLİMSEL KATKISI

Usta'nın tüm bilimsel araştırma ve yayınlarını iki ana başlıkta toplamak mümkündür: Bunlardan birincisi turizm ve ikincisi finans yönetimidir. Usta'nın finans yönetimi alanındaki çalışmaları (1) işletme finansı, (2) yatırım projeleri ve yapılabirlik etüdüleri, (3) finansal yönetim ekseninde toplanmaktadır. Bu kapsamda işletmelerde finans fonksiyonunun tanımı, yatırım kararları ve değerlendirme yöntemleri, finansal kaynaklar ve sermaye maliyeti, kâr dağıtım politikaları, finansal tablolar ve analizi süreci, finansal planlama olgusu ve planlama yöntemleri, işletme sermayesi yönetimi, finansal operasyonlar, risk yönetimi, portföy yönetimi ile finans yönetimi çalışmalarının inceleme alanındaki başlıca konuları oluşturur.

Öte yandan Usta, yatırım ve yapılabirlik etüdüleri kapsamında makro boyutuyla yatırım projeleri kavramını ele aldıktan sonra konuyu mikro düzeyde değerlendirerek işletme içerisinde yatırım olgusunu değerlendirir. Ardından teknik, ekonomik, finansal, hukuki etüdüler boyutlarıyla konuları ulusal ekonomi açısından da inceler. Bu çalışmalarında Usta'nın işleyen piyasa sürecine dayanarak derslerinde konuyu öğrencilerin ilgisini çekebilecek hale getirmesi değinilmesi gereken önemli bir noktadır. Öğrenciler anlatım tekniği sonucunda derslerdeki konularla, çalışma yaşamı arasında ilişkiler kurabilmekte analiz, sentez yeteneklerini geliştirebilme fırsatlarını elde edebilir.

Usta, finans yönetimi ile ilgili çalışmalarını iki adet kitapta toplar. Bu çalışmalar halen Lisans, Yüksek Lisans ve Doktora düzeyinde öğrencilere ve uygulamacılara yol gösterici niteliktedir. Usta tarafından

hazırlanan “İşletme Finansı ve Finansal Yönetim”, “Yatırım Projeleri Analizi” başlıklı kitaplar bugün birçok üniversitede ilgili alandaki derslerde kullanılır. “Turizm” ve “Turizm Olayına ve Türk Turizm Politikalarına Yapısal Yaklaşım ile Turizm-Genel ve Yapısal Yaklaşım” başlıklı kitapları ise üniversitelerimizde turizm eğitimi aşamasındaki öğrencilere ve aynı zamanda turizme ilgi duyanlara kaynak kitap olma özelliğini taşır. Turizmdeki gelişmeleri yansıtan, çağdaş turizm olgusunu bir bütünlük içinde sistematik olarak ele alan önemli bir kaynak kitap niteliğindedir. Kitaplarında ele aldığı konuların işleniş düzeni, anlatım dilindeki sadelik ve bu sadeliğin ardındaki bilgi yoğunluğu okuyucuda konuya ayrı bir ilgi yaratır.

Öcal Usta, 1983 yılında yayınlanan “Turizm Pazarlamasında Turistik Ürün Politikası ve Türkiye” başlıklı makalesiyle, ulusal turizm yazınına turizm ürünü kavramını kazandıranlar arasında yer alır. Bununla birlikte, Usta’nın turizm konularında yazılmış çok sayıda makalesi bulunur. Ayrıca Usta’nın Turizm Bakanlığı ile yürüttüğü iki adet projesi de mevcuttur. İlk olarak 1989 yılında, Dokuz Eylül Üniversitesi ile Turizm Bakanlığı arasında yapılan protokol gereği 129 kişinin başladığı ve eksiksiz tamamladığı Profesyonel Turist Rehberliği Kursu Projesi’ni; 1993 yılında ise Sosyal Turizm Araştırması Projesi’ni yürütür. Ayrıca, Milli Eğitim Bakanlığı adına yazdığı “Turizm” başlıklı eseri, beş yıl süre ile liselerde ders kitabı olarak okutulur.

Usta, finans yönetimi alanındaki çalışmaları ile turizm alanındaki çalışmalarını sentezleyerek elde ettiği bütünlüğü derslerinde öğrencileriyle paylaşır. Finansal kaynaklar, yatırım projeleri analizi gibi konularda Usta’nın seçtiği örnekler hizmet işletmeleriyle ilişkili olup öğrencilerde adeta iş dünyasında bir problemi çözme becerisi ve hissi uyandırır. Usta, sınavlarını da birer eğitim ve öğretim yöntemi olarak uygular. Sınavlarında değindiği konular öğrencilerin eğitiminin gelecek dönemlerinde ya da iş hayatında doğrudan karşılaşabilecekleri sorunlarla ilgilidir. Bu anlamda öğrencilerin sınav aşamaları, Usta’nın üzerinde durduğu konularla birlikte değerlendirildiğinde ayrı bir yarar ve değer yaratabilir.

Öcal Usta, Yüksek Lisans ve Doktora tezi yönetiminde oldukça sentezci bir yaklaşım izler. Konulara analitik yaklaşımı, bakış açısı, yöntem ve hipotezlerde sergilediği esnek tavır, hem bilimsel

anlamda verimli sonuçlar elde edilmesine hem de araştırmacının daha mutlu ve verimli çalışmasına fırsat verir.

YÖNETİM DENEYİMİ

Akademik hizmetinin yanı sıra önemli yönetim görevleriyle de üniversitesi ve fakültesine katkı sağlayan Öcal Usta, yönetim süreçlerinde oldukça anlayışlı, yapıcı ve katılımcı bir tarz benimser. Bununla birlikte, bulunduğu makamın da gereklilerini gözetmeyi ihmal etmez, bu yönüyle de yönetiminde bulunduğu akademisyen ve idari personel üzerinde saygı ve sevgi oluşturmuş bir lider portresi ortaya koyar. Yönetim faaliyetlerinde ast ve üst arasında köprü kurabilmeyi başarır, üst yönetime karşı sorumluluklarının bilincinde bir yönetim anlayışını sürdürür. Kısaca, akademik yaşantısı boyunca önemli sayıda bilim insanı ve öğrenci yetiştirmiş olan Usta, yönetici kimliği ile de dönüşümcü lider tanımlamasına uygun bir profil ortaya koyar. Bilimsel başarısını yönetim becerisine de yansıtılabilmeyi başarır.

ÇALIŞMA ARKADAŞLARI GÖZÜYLE

Türkiye turizminin önemli akademisyenlerinden biri olan Usta’nın Yüksek Lisans ve Doktora ders aşamasında öğrencisi olmam, kendisinin Yüksek Lisans ve Doktora tez danışmanım olması ve aynı zamanda bir süre asistanlığını yapmış olmam dolayısıyla yakından çalışma ve bu sırada gözlem yapma ayrıcalığını yakalamış oldum. Bu süreçte kendisiyle ilgili edindiğim izlenimi paylaşmak isterim. Yeni araştırma görevlisi olduğum dönemde tezim ile ilgili görüşmek üzere yanına gittiğimde, o sırada odasında bulunan akademisyenlere beni “meslektaşım” olarak tanıştırmadaki şaşkınlığımı ve heyecanımı hala anımsarım. Yapabileceklerimi değil de yapabileceklerimin üstünü bana amaç olarak gösterdi ve sınırları zorlamak gerektiği bilincini kazandırdı. Belki de bundan dolayı kısa zamanda Doktora tezini bitirebildim. Kısa ve öz konuşmak, konuşurken konu dışına çıkmamak, hızlı düşünebilmek, seri hareket etmek, akademik disiplin, öğretim üyesinin odasında gereğinden fazla kalmamak ve zamanı etkili kullanmak, Öcal Usta’nın bana kazandırdığı önemli özelliklerdendir. Eleştiri yaparken asla rencide etmez. Başarıyı her zaman takdir eder. Kendisiyle çalışmış olmak, önemli bir ayrıcalıktır. Aynı duyguyu kendisiyle çalışma fir-

satı bulmuş diğer akademisyenlerin de yaşadığına tanık olmuştum.

Öğrencisi olmuş ve aynı zamanda birlikte çalışma şansını yakalamış olan Dokuz Eylül Üniversitesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Erhan Demireli, Usta'yı aşağıdaki cümlelerle anlatmaktadır:

Öcal Usta, akademik yönü kadar sosyal yönü de ağır basan, çeşitli hobileri olan, enstrüman çalması nedeniyle sanatçı yönü de olan çok yönlü bir öğretim üyesidir. Kendisiyle birlikte çalışırken yaptığımız gözlemler sayesinde yaşantınıza önemli bilgi katabilirsiniz. Soğukkanlı, karizmatik, sakın, çok yönlü, yönlendirici, son derece yapıcı ve konulara farklı açılardan bakabilen bir akademisyendir.

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi öğretim üyelerinden Yrd. Doç.Dr. Nilüfer Şahin Perçin'in anlatımı şu şekildedir:

Doktora ders aşamasında ders aldığım, Doktora tez aşamasında danışmanım olan Öcal Usta, zor olan Doktora sürecini tüm öğrenciler için kolaylaştıran, sevdiren, her zaman yol gösteren, destek olan muhteşem bir insandır. Neşesi, güler yüzü, esprisi, samimiyeti, akademik anlamda desteği ile hiç unutulmayacak, en çok sevilen öğretim üyelerinden biridir. Turizmin bilim olması için uğraşan, turizmin ilerlemesi için katkısını hiç esirgemeyen bir bilim insanıdır.

Ayrıca Öcal Usta, çalışma ve öğrencisi olma fırsatı bulan akademisyenler üzerinde olumlu izler bırakmış, sadece akademik kimliği ile değil davranışlarıyla da örnek olan bir öğretim üyesidir. Atatürk sevgisi ve cumhuriyet ilkelerine bağlılığı, herkes tarafından bilinen en belirgin yönlerinden biridir.

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Usta, bilgisini, deneyimini karşı tarafla paylaşabilen, öğrenci ve asistanlarına örnek teşkil eden, konuları ele alış biçimindeki özgünlük ile farklı bir bilimsel kişilik sergileyen, alanında önemli katkı-

lar sunan son derece değerli bir sosyal bilimcidir. Bugün kendisinin yetiştirdiği çok sayıda akademisyen birçok üniversitede akademik ve idari anlamda hizmet vermektedir. Bu hizmeti verirken, eminim ki, Öcal Usta'nın aktardığı deneyimlerden yararlanmakta ve çevresine yansıtılmaktadır. Katıldığı kongrelerde ve yönettiği oturumlarda yönelttiği sorular, konulara farklı bakış açısıyla akademisyenlere bambaşka ufuklar açan Öcal Usta, yazdığı kitaplar ile lisans, yüksek lisans ve doktora düzeylerinde birçok öğrenci ve akademisyene ulaşma fırsatını elde eder. Ele aldığı bilimsel konuları, yalın ve anlaşılabilir bir dil kullanarak okuyucuya adeta benimsetir.

SEÇİLMİŞ ESERLERİ

- Usta, Ö. (1993). *Sosyal Turizm Araştırması*. Ankara: Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü, Araştırma ve Değerlendirme Başkanlığı, Yayın No: 1993/10
- Usta, Ö. (2009). *Turizm: Genel ve Yapısal Yaklaşım*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Usta, Ö. (2012). *İşletme Finansı ve Finansal Yönetim*. (5. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Usta, Ö. (2014). *Yatırım Projelerinin Değerlendirilmesi*. (2. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Usta, Ö. (1983). Turizm Pazarlamasında Turistik Ürün Politikası ve Türkiye, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1-2).
- Güler, S. ve Usta, Ö. (2006). KOBİ'lerin Finansmanı Üzerinde Basel 2 Kriterlerinin Etkileri ve Değişen Koşullarda Kredi Sağlamaya Yönelik Önlemler, 3. *Kobi'ler ve Verimlilik Kongresi*, 17-18 Kasım, İstanbul.
- Usta, Ö. ve Demireli, E. (2009). Risk Bileşenleri Analizi: İMKB'de Bir Uygulama, 8. *Anadolu İşletmecilik Kongresi*, Manisa.
- Usta, Ö. ve Demireli, E. (2010). Risk Bileşenleri Analizi: İMKB'de Bir Uygulama, *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(12), 25-36.

Prof. Dr. Zeynep Aslan, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Nevşehir. E-posta: z.aslan@nevsehir.edu.tr



ETKİNLİKLERİMİZ

Editör: Nazmi KOZAK
E-posta: nazmi.kozak@gmail.com

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 25, Sayı 2, Güz: 289 - 312, 2014.

Copyright © 2014 anatolia

Bütün hakları saklıdır

ISSN: 1300-4220 (1990-2014)

Anadolu Üniversitesi Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde 2010 – 2013 Yılları Arasında Gerçekleştirilen Faaliyetler Üzerine Değerlendirme

Nazmi KOZAK

Anadolu Üniversitesi

BAŞLARKEN..

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi 25 yıldır yayımlanan bir dergi olmanın ötesinde, bir önceki sayıda yayımlanan bir yazıda da vurgulandığı gibi, bir "enstitü" gibi çok sayıda etkinliğe başarıyla imza atmış ve atmakta olan bir kurumdur. "Etkinliklerimiz" yazı dizisi altında başta Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi tarafından gerçekteştirilen etkinlikler olmak üzere, bir dizi etkinliğin öyküsüne yer verilecektir. Önümüzdeki sayıdan itibaren her sayıda bir etkinlik olmak üzere Araştırma Yöntemleri Semineri, Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, Uluslararası Anatolia Kongreleri, Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research, Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması, Akademik Turizm Eğitimi Arama Konferansı gibi düzenlenen etkinliklerin öyküleri yer alacaktır.

Yazı dizisine, bu satırların yazarının bir dönem yöneticiliğini yürüttüğü Anadolu Üniversitesi Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi ile başlamak istedik.

Bu yazı dizinin amacı, gelecek kuşaklara bu günlerden belge ve bilgi bırakmaktır (N.K.).

GİRİŞ

Bu yazının temel amacı, 2010 yılında faaliyetlerine başlayan Anadolu Üniversitesi Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde üç yıllık (2010-2013) dönemde gerçekteştirilen etkinlikleri turizm camiasına tanıtmak, paylaşmak ve gelecek kuşaklara bilgi ve belge bırakmaktır.

Ülkemizdeki pek çok üniversitede Turizm Araştırma ve Uygulama Merkezi veya benzer isimler altında birimler bulunuyor. Söz konusu birimlerin pek çoğunda fazla bir etkinliğe rastlanmaz iken bir bölümü birtakım faaliyetler içerisinde. Bu bağlamda, söz konusu merkezlere oranla daha aktif ve örnek bir akademik araştırma merkezi teşkilatlanması örneğini ortaya koymak amacıyla kurulan Anadolu Üniversitesi Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi, ilerleyen sayfalarda da görüleceği üzere, 2010-2013 yılları arasında küçüklü-büyükü toplam 204 etkinlik gerçekteştirdi.

Bu satırların yazarına 2010 yılının Ağustos ayının son haftasında, kendisi Muğla'nın Dalyan belde-sinde tatilini geçirmekte iken ihdas edilen Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin yöneticiliği görevi önerildi. İdari görevlere olan mesafeli tutumundan ötürü bu satırların yazarı, ilk önce görevi kabul edip etmeme konusunda epey tereddüt gösterdi, ancak sonunda uzun süredir planladığı birtakım projeleri gerçekteştirebilmek için uygun bir ortam olacağını düşünerek, öneriyi kabul etti. Birim yöneticiliği görevine 01 Eylül 2010 tarihinde resmen ataması gerçekteştirildi.

Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin başlangıçta belirli bir odası/binası yoktu. Ancak Eylül ayı içerisinde yapılan görüşmeler sonrasında Eskişehir'in tarihi Odunpazarı bölgesinde Anadolu Üniversitesi'ne ait ve o tarihlerde boş olan bir binanın uygun olduğu öğrenildi. Rektörlükle yürütölen görüşmeler sonrasında söz konusu binanın Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'ne tahsis edilmesi sağlandı.

Binanın Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'ne tahsis edilmesinin ardından Anadolu Üniversitesi'nin ilgili birimlerinin katkısıyla binanın uygun bir donanımına sahip olabilmesi için çalışmalara başlandı. Toplam dört odası ve iki fuayesi olan binanın giriş katındaki bir odası Odunpazarı Belediyesi'ne Turizm Danışma Bürosu olarak tahsis edildiğinden, geriye kalan bir fuaye alanı ve üç oda Birim'in kullanımına açıldı. Söz konusu odaların biri seminer salonu, biri yönetim odası ve bir diğeri de Birim görevlilerine tahsis edilecek şekilde planlandı. Ardından Birim'in ihtiyaç duyulan araç-gereçlerle donatılması çalışmalarına başlandı ve bu çalışmalar Kasım ayının başında tamamlandı. Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi 3 Kasım 2010 tarihinde yapılan bir törenle faaliyetlerine başladı.



Fotoğraf 1. Birim'in açılışına yer veren bir gazetenin k p r 



Fotoğraf 2. Birim Binası ( ndeki koyu renkli bina)

BİRİM'İN AMAÇLARI

Birim'in etkinliklerine ilişkin açıklamalara geçmeden önce Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin amaçları nelerdi, onlar üzerinde durulmasında yarar vardır. Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin 2010-2013 yılları arasındaki faaliyetlerinde genel olarak aşağıda açıklanan amaçlar doğrultusunda çalışmalar yürütüldü.

1. Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin temel amaçlarından biri, Anadolu  niversitesi'nin Eskişehir kenti ile bütünleşmesi ile ilgili çalışmalara katkıda bulunmaktı. Bu amaca yönelik olarak, ilerleyen sayfalarda da görüleceği üzere çok sayıda etkinlik gerçekleştirildi.
2. Yüksek  ğretim Kurulu tarafından 2010 yılında yürürlüğe sokulan * ğretim  yesi Yetiştirme Programı* ( YP) ile Anadolu  niversitesi'nin lisanss st  turizm programlarına kayıt yaptıran araştırma görevlilerinin, derslerin yanı sıra akademik etkinlikler bağlamında da deneyim kazanmasına katkıda bulunmak, bir diğer amaı oluşturuyordu. Çok sayıda  YP araştırma görevlisi gönüllü olarak üç yıl boyunca Birim'in etkinliklerinde aktif görev aldılar.
3. Birim bünyesinde gerçekleştirilen bilimsel/akademik etkinlikler ile Anadolu  niversitesi'nin lisans ve lisanss st  turizm ve otel işletmeciliği bölüm ve programlarına devam eden öğrencilerin eğitim-öğretimlerine katkıda bulunmak, bir

diğer amaı oluşturuyordu. Bu bağlamda, gerçekleştirilen etkinliklere lisanss st  turizm programlarına kayıtlı olan öğrencilerin katılımı ve Birim çalışmalarında fiilen görev almaları sağlanarak bu amaca yönelik çalışmalar yürütüldü.

4. Yukarıda da söz edildiği üzere ülkemizde 10'dan fazla turizmle ilgili araştırma merkezi bulunmaktadır. Bununla birlikte bu araştırma merkezlerinin pek çoğunun aktif çalışmalar içerisinde olmadıkları gözleniyor. Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin yaptığı çalışmalar ile diğer turizmle ilgili merkez ve birimlere örnek oluşturması amaçlandı.
5. Son olarak da Anadolu  niversitesi bünyesindeki turizm ve otelcilik alanlarındaki  nlisans, lisans ve lisanss st  düzeylerdeki bölüm ve programlarının ülkemizdeki diğer bölüm ve programlar karşısında farkındalığının artırılması, bir diğer amaı oluşturuyordu.

BİNA, DONANIM VE PERSONEL

Anadolu Üniversitesi Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin 2010-2013 yılları arasında gerçekleştirilen etkinliklerinin çoğunluğu, Eskişehir'in tarihi Odunpazarı bölgesinde, Kurşunlu Camii Sokak, No: 1/A adresindeki binasında düzenlendi. Fotoğraf 2'de de g r ld ği üzere bina, iki kattan oluşan geleneksel bir Odunpazarı evidir. Bina,  nceki yıllarda  niversitenin başka birimleri ile TEMA Vakfı tarafından da kullanılmıştır.



Fotoğraf 3. Birim binasındaki seminer salonu



Fotoğraf 4. Fuaye alanı

Bina ve Donanım: Önceki sayfalarda açıklandığı üzere binada dört oda bulunmakta. Bu odalardan biri Odunpazarı Belediyesi'ne tahsis edilmiş olup geriye kalan üç oda Birim'e verilmişti. Söz konusu odalardan biri seminer salonu olarak düzenlenmiş olup içerisinde 25 sandalye, projektör, perde ve kürsü yer alıyordu. Seminer salonu ile yönetim odası arasında kalan alan da fuaye olarak düzenlenerek buraya dört kokteyl masası ve ikramlar için bir stant yerleştirildi.

Katılımcılara sunulan ikramlar üzerinde durmak gerekirse, Birim etkinliklerine katılımı artırmak üzere toplantılar öncesi ve sonrasında sıcak-soğuk su, birkaç çay çeşidinden ve kahveden oluşan ikram

sepeti ile içecek ikramları bütün etkinliklerde katılımcılara sunuldu. Çoğu zaman bunlara soğuk meşrubat ikramları ile kurabiye türü ikramlar da eklendi. İlköğretim öğrencilerine yönelik yapılan etkinliklerde ise çocuklara bu ikramların yanı sıra şekerlemeler de dağıtıldı. Binanın girişinde ise Birim görevlilerinin bulunduğu oda yer alıyordu. Bu oda son dönemde TUGEV Turizm Kitaplığı'na ayrılmıştı.

Personel: Birim'in hizmete girmesini izleyen günlerde kısmi zamanlı öğrenci çalıştırmak üzere Rektörlüğe başvuruldu ve başvurular arasından turizm işletmeciliği programına kayıtlı olan iki yüksek lisans öğrencisi, Selman BAYRAKÇI ve Hande

<p>TURİZM ARAŞTIRMA VE UYGULAMA BİRİMİ</p> <p>ERİLMİ - 2011 ETKİNLİK PROGRAMI</p> <p>Adres: T.C. Anadolu Üniversitesi, Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi, Kurumun Çarşı Sokak, No: 1/3 (K. O. Odunpazarı Kurumları Sitesi, Odunpazarı, 05050 Çarşamba)</p> <p>Tel: 0222 - 335 00 00 / 3350 - 2120 http://tuh.ankulu.edu.tr</p> <p>Harita Gösterisini Gözet: E-posta: bilgi@tuh.ankulu.edu.tr</p>	<p>ORYANTASYON ETKİNLİĞİ</p> <p>Erasmus Öğrencileri Okunuyor Başladı</p> <p>05 Eylül 2011 (Cumartesi, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>	<p>FİLMLEERLE ANTIK ÇAĞ SÖYLEŞİ-1</p> <p>05 Ekim 2011 (Çarşamba, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>
<p>KONFERANS</p> <p>T.C. Anadolu Üniversitesi, Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi, Kurumun Çarşı Sokak, No: 1/3 (K. O. Odunpazarı Kurumları Sitesi, Odunpazarı, 05050 Çarşamba)</p> <p>Tel: 0222 - 335 00 00 / 3350 - 2120 http://tuh.ankulu.edu.tr</p> <p>Harita Gösterisini Gözet: E-posta: bilgi@tuh.ankulu.edu.tr</p>	<p>EĞİTİM</p> <p>Yabancı Öğrenciler İçin Gelişik Türkçe (İleri Düzeyde) Öğretimi Başladı</p> <p>11 Ekim 2011 (Cumartesi, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>	<p>KONFERANS</p> <p>Türk Miti ve Köleliğine Giriş</p> <p>13 Ekim 2011 (Cumartesi, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>
<p>MÜZİK BİLİMİ</p> <p>03 Kasım 2011 (Pazartesi, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>	<p>ÖĞRENCİLERİNİN ÖZGÜRLEŞTİRİLMESİ</p> <p>Türk, Kültür ve Turizm Bakanlığı MİNGİSTAN</p> <p>13 Ekim 2011 (Pazartesi, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>	<p>KONFERANS</p> <p>Günümüz Hareketi Boy</p> <p>17 Ekim 2011 (Pazartesi, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>
<p>KONFERANS</p> <p>İklim Değişikliği ve Turizm Sektöründe Yaşamın Değişimi</p> <p>19 Ekim 2011 (Çarşamba, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>	<p>KONFERANS</p> <p>Tarih Bilgisi ve Turizm Sektöründe Yaşamın Değişimi</p> <p>19 Ekim 2011 (Çarşamba, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>	<p>AKADEMİK SÖYLEŞİ</p> <p>Medya ve Turizm Sektöründe Yaşamın Değişimi</p> <p>21 Ekim 2011 (Cumartesi, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>
<p>EĞİTİM</p> <p>Reytingeri İyileştirme Turizm Eğitimi</p> <p>22 Ekim 2011 (Pazartesi, Saat: 09:00 - 17:00)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>	<p>KONFERANS</p> <p>Paket Tur Sektöründe Yaşamın Değişimi</p> <p>24 Ekim 2011 (Çarşamba, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>	<p>EĞİTİM</p> <p>Yabancı Öğrenciler İçin Gelişik Türkçe (İleri Düzeyde) Öğretimi Başladı</p> <p>24 Ekim 2011 (Çarşamba, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>

Fotoğraf 5. Aralık 2010 duyuru afişi

<p>TURİZM ARAŞTIRMA VE UYGULAMA BİRİMİ</p> <p>MART - 2013 ETKİNLİK PROGRAMI</p>
<p>KONFERANS</p> <p>05</p> <p>Anadolu Üniversitesi Öğrenci Kulübü GÖMÜLLÜ TOPLUMSAL HİZMETLER KULÜBÜ</p> <p>05 Eylül 2011 (Çarşamba, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>
<p>KONFERANS</p> <p>06</p> <p>TÜRKİYE'DE KUŞ GÖZLEMELİĞİ</p> <p>06 Eylül 2011 (Çarşamba, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>
<p>VIDEO</p> <p>07</p> <p>VIP CATERING HİZMETLERİ</p> <p>07 Eylül 2011 (Çarşamba, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>
<p>KONFERANS</p> <p>11</p> <p>ÖĞRENCİLERİNİN GÖZÜLE ÜLKELERİ: MOGOLİSTAN</p> <p>11 Eylül 2011 (Çarşamba, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>
<p>KONFERANS</p> <p>12</p> <p>AVRUPA ÖĞRENCİLERİ FORUMU KULÜBÜ</p> <p>12 Eylül 2011 (Çarşamba, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>
<p>EĞİTİM</p> <p>13</p> <p>HAVA İKİMAL BAKIM MERKEZİ İLKOKULU 4. SINIF</p> <p>13 Eylül 2011 (Çarşamba, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>
<p>KONFERANS</p> <p>13</p> <p>KURUM - TAYAR YEMEKLERİ</p> <p>13 Eylül 2011 (Çarşamba, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>
<p>KONFERANS</p> <p>14</p> <p>MEHMET ÖCAL</p> <p>14 Eylül 2011 (Çarşamba, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>
<p>KONSER</p> <p>15</p> <p>TÜRKÜLERLE ANADOLU</p> <p>15 Eylül 2011 (Çarşamba, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>
<p>SÖYLEŞİ</p> <p>18</p> <p>MODERN ÇAĞIN SEYAHATLARI</p> <p>18 Eylül 2011 (Çarşamba, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>
<p>KONFERANS</p> <p>19</p> <p>ANADOLU ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİ KULÜBÜ</p> <p>19 Eylül 2011 (Çarşamba, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>
<p>KONFERANS</p> <p>20</p> <p>ESKİŞEHİR'DE YEME-İÇME TARİHİ</p> <p>20 Eylül 2011 (Çarşamba, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>
<p>SÖYLEŞİ</p> <p>25</p> <p>TARİH</p> <p>25 Eylül 2011 (Pazartesi, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>
<p>KONFERANS</p> <p>26</p> <p>DOĞA SPORLARI KULÜBÜ</p> <p>26 Eylül 2011 (Pazartesi, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>
<p>EĞİTİM</p> <p>27</p> <p>SARAY VE YEMEK UYUMU</p> <p>27 Eylül 2011 (Pazartesi, Saat: 17:30)</p> <p>Yer: Kapalı Çarşı Sokak, No: 1/3, Odunpazarı</p>

Fotoğraf 6. Mart 2013 duyuru afişi



Fotoğraf 7. Birim binasının girişi

Etkinlikleriz



Fotoğraf 8. Etkinliklerle ilgili bir haber



Fotoğraf 9. Etkinliklerle ilgili bir haber

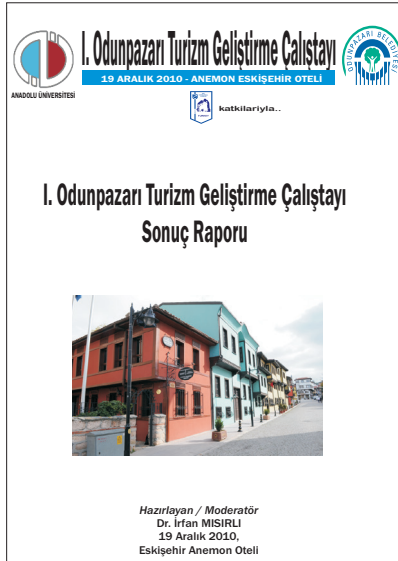


Fotoğraf 10. Etkinliklerle ilgili bir haber

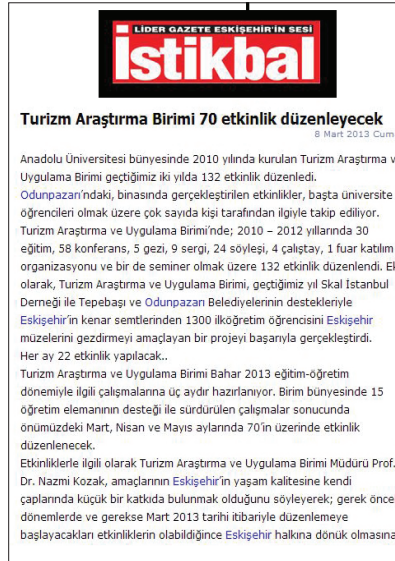
TÜRKOĞLU'nun başvuruları uygun bulundu. Her iki yüksek lisans öğrencisi 2011 yılının Şubat ayından itibaren Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde görev almaya başladılar. Her ne kadar ilgili yönetmelikler öğrencilerin görevlendirilme sürelerini günde üç saat ile sınırlı tutsa da her iki öğrenci de kendi istekleriyle tam zamanlı olarak Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde görev yaptılar. Hande TÜRKOĞLU'nun normal öğrencilik döneminin tamamlanması dolayısıyla 2012 yılı sonunda kısmi zamanlı öğrenci olarak çalışma

dönemi sona erdi, yerine yeni bir öğrenci alınmadı. Her iki yüksek lisans öğrencisi de Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'ndeki görevlerini tam bir sorumluluk içerisinde, herhangi bir olaya mahal vermeksizin yerine getirdiler.

Öte yandan Selman BAYRAKÇI, 2011 yılında başladığı kısmi zamanlı öğrenci olarak görevini 2013 yılının Kasım ayına kadar başarıyla tamamladı. Selman, Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde araştırma görevlisi olarak göreve başladığı güne kadar Birim'deki görevini tek başına ve büyük bir



Fotoğraf 11. Arama konferansı raporu



Fotoğraf 12. Etkinliklerle ilgili bir haber



Fotoğraf 13. Selman Bayrakçı



Fotoğraf 14. Sokakta karikatür sergisi



Fotoğraf 15. İlköğretim öğrencileri turizmi öğreniyor

sorumluluk ile yerine getirdi, Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin gerçekleştirdiği etkinliklerde en önemli katkıyı yapan kişi oldu.

Katkıda Bulunanlar: Turizm Araştırma Uygulama Birimi'nde üç yıl boyunca gerçekleştirilen etkinliklerde kayda değer katkıları olan görevliler arasında, aynı zamanda Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi yönetim kurulu üyesi ve Başkan Yardımcısı Yrd. Doç. Dr. Hilmi Rafet YÜNCÜ'nün yanı sıra pek çok etkinliğin düzenlenmesinde önemli katkıları olan Öğr. Gör. Aysel YILMAZ ve Öğr. Gör. Duygu YETGİN, Azamat ABAKIROV ile Arş. Gör. Emrullah TÖREN ve Arş. Gör. Barış SEYHAN da yer aldı.

Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin özellikle 2012 ve 2013 yıllarındaki etkinliklerinin düzen-

lenmesinde katkıları olanlar arasında Arş. Gör. Ebru ZENCİR, Arş. Gör. Gözde TÜRKARHAN, Arş. Gör. Taki Can METİN, Arş. Gör. Savaş EVREN, Arş. Gör. Onur ÇAKIR, Arş. Gör. Arzu TURAN, Arş. Gör. Burcu KAYA, Öğr. Gör. Dönüş ÇİÇEK, Arş. Gör. Mustafa KESİCİ, Öğr. Gör. Osman GÜLDEMİR ve Arş. Gör. Mune MOĞOL yer aldı.

FAALİYET DÖNEMİ

Yukarıda da belirtildiği üzere bu yazıda Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin 2010 ile 2013 yılları arasında kalan üç yıllık dönemi incelenmektedir. Söz konusu yıllarda gerçekleştirilen etkinlikler, ana hatları ile aşağıda yer alıyor.

2010 yılı: Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi 2010 yılının Ağustos ayında kuruldu, bu satırların



Fotoğraf 16. Etkinliklerle ilgili bir haber



Fotoğraf 17. Etkinliklerle ilgili bir haber



Fotoğraf 18. Etkinliklerle ilgili bir haber

yazarı ise Birim yöneticiliğine 2010 yılının Eylül ayında atandı. Birim binasının Eylül ve Ekim aylarında hizmete hazır hale getirilmesi sonrasında 3 Kasım 2010 tarihinde faaliyetlerine başladı. 2010 yılının Kasım ve Aralık aylarında toplam 21 etkinlik düzenlendi. Söz konusu etkinliklerden sekizi konferans, 10'u eğitim, ikisi eğitim gezisi ve biri de çalıştaydan oluştu. 2010 yılında Birim etkinliklerini yaklaşık 250 kişi izledi. Bu dönemin öne çıkan etkinlikleri arasında 19 Aralık 2010 tarihinde, Eskişehir Odunpazarı Belediyesi ile birlikte Eskişehir Anemon Oteli'nde gerçekleştirilen *I. Odunpazarı Turizm Gelişim Çalıştayı* dikkati çekmektedir. Çalıştay sonuçları rapor halinde kamuoyu ile paylaşıldı.

2011 yılı: Bu yıl Birim'in en fazla etkinlik düzenlediği dönemdir. 2011 yılında Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde toplam 93 etkinlik gerçekleştirildi. Düzenlenen etkinlikler arasında 45 konferans, 13 söyleşi, 19 eğitim, yedi sergi, bir sokak sergisi, üç eğitim gezisi, üç çalıştay, bir fuar katılımı ve bir seminer yer alıyor. 2011 yılında Birim etkinliklerine yaklaşık 1500 kişi katıldı. 2011 yılında düzenlenen etkinlikler arasında en kayda değer olanı, kuşkusuz Anadolu Üniversitesi bünyesinde yer alan 52 turizm ve otelcilik bölüm, program, birim ve merkezlerin tanıtılması amacıyla, kısa adı EMITT olan Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı'na 45 metre karelik bir stant ile katılımıdır. Fuar katılım çalışmalarına dört ay önceden başlandı. Anadolu Üniversitesi Atölyeler

Müdürlüğü'nün de desteği ile fuar için özel stant tasarımı yapıldı ve üniversite bünyesinde doğrudan veya dolaylı turizm, seyahat, ulaştırma ve otelcilikle ilgili ve ilişkili bölüm, program, merkez ve birimlere yer vermek üzere Anadolu Üniversitesi'nin haftalık yayın organı Anadolu Haber için özel bir sayı tasarlandı ve bu satırların yazarının eşgüdümünde 48 sayfalık bir gazete yayımlandı. Özel sayıda Anadolu Üniversitesi bünyesindeki turizm, seyahat, ulaştırma ve otelcilikle ilgili birimlerin tanıtımları, görevli öğretim elemanları listesi ile birlikte yer aldı. EMITT fuarı sırasında ayrıca Anadolu Üniversitesi Eğitim Karikatürleri Müzesi'nin o dönemde düzenleyicileri arasında yer aldığı *II. Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması*'nın ödül töreni de dönemin Kültür ve Turizm Bakanı Ertuğrul GÜNAY ve dönemin Anadolu Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Davut AYDIN'ın katılımıyla, Anadolu Üniversitesi standında gerçekleştirildi.

2012 yılı: Bu yıl Birim'in en az etkinlik düzenlediği dönem oldu. Bu satırların yazarının altı ay süre ile yurt dışında bulunması ve diğer bazı yönetsel engeller dolayısıyla 2012 yılında ancak 19 etkinlik düzenlenebildi. Gerçekleştirilen etkinlikler arasında 11 konferans, dört söyleşi, üç eğitim ve bir sergi yer alıyor. Bu dönemin en dikkati çeken etkinliği, Eskişehir Skal Kulübü ile birlikte düzenlenen *İlköğretim Öğrencileri Müzeleri Geziyor* oldu. Bu faaliyet kapsamında Eskişehir'in kenar mahallerinde ikamet eden 1200 öğrenciye müzeler gezdirildi.



Fotoğraf 19. İlköğretim öğrencileri Eskişehir müzelerini geziyor etkinliği



Fotoğraf 20. Yazılı Basında Turizm haberleri Sergisi



Fotoğraf 21. EMITT fuarına katılım



Fotoğraf 22 Hizmet içi eğitimden sertifika alanlar

2013 yılı: Şubat 2013 tarihinden itibaren yoğun bir şekilde etkinlik faaliyetine başlandı ve üç aylık bir sürede (Mart, Nisan, Mayıs) toplam 71 etkinlik düzenlendi. 2013 yılında 43 konferans, yedi söyleşi, altı eğitim, iki sergi, bir sokak sergisi, yedi eğitim gezisi, üç konser ve iki kurultay düzenlendi. 2013 yılının etkinlikleri arasında en öne çıkanlar; *I. Türk Dünyası Turizm Öğrencileri Kurultayı*, *III. Turizm Öğrencileri Kurultayı* ve Eskişehir'in ilçelerinde ikamet eden öğrencilerin Eskişehir'deki müzeleri gezdirilmeleri amacıyla Eskişehir Büyükşehir Belediyesi ile birlikte düzenlenen *Eskişehir İlçe İlkokul Öğrencileri Türk Dünyası Başkenti'ni Geziyor* faaliyetidir. Bu etkinlik ile Eskişehir ilinin 10 ilçesinden 1350 ilköğretim öğrencisinin Eskişehir kent merkezindeki müzeleri görmeleri sağlandı.

KATILIMCI BİLGİLERİ

Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin etkinliklerinin çoğunluğu Birim binasında gerçekleştirildi. 25 kişilik bir oturma kontenjanı olan salon-da düzenlenen etkinliklere katılım konusunda ilk dönemlerden itibaren birtakım düzenlemeler yapıldı ve bir süre sonra randevu usulü ile katılımcı kabul edilmeye yönelik bir uygulamaya geçildi. Önceleri telefon ile alınan randevular, daha sonra internet ortamında alınmaya başlandı. Böylelikle çoğu zaman derslik kapasitesinin üzerinde olan katılımcı taleplerinin dengelenmesi amaçlandı. Anadolu Üniversitesi lisans müfredatında yer alan KÜL199 kodlu dersten alınacak notların izlenen etkinlik sayısı ile orantılı olması, özellikle eğitim-öğretim dönemlerinin son aylarında talebin olağanüstü artmasına yol açtı.

Fotoğraf 23. Etkinliklerle ilgili bir haber

Fotoğraf 24. Etkinliklerle ilgili bir haber

Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin binasında düzenlenen konferans, söyleşi ve konser etkinliklerine 2010 ile 2013 yılları arasında katılanların sayısı, yaklaşık 3500 kişidir. Bu sayıya ek olarak, *İlköğretim Öğrencileri Müzeleri Geziyor* etkinliğine 850, *Eskişehir İlçe İlkokul Öğrencileri Türk Dünyası Başkenti'ni Geziyor* etkinliğine 1350, II. Turizm Öğrencileri Kurultayı'na 90, III. Turizm Öğrencileri Kurultayı'na 75, I. Türk Dünyası Turizm Öğrencileri Kurultayı'na ise 35 öğrenci katıldı. Dış ortamlarda gerçekleştirilen sergileri kaç kişinin izlediğine ilişkin olarak elimizde veri bulunmamaktadır.

ETKİNLİKLERİN DUYURULMASI VE BASINLA İLİŞKİLER

Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde gerçekleştirilen etkinliklerin duyurulması ve etkinliklerin basın ve yayın organlarında yer almasına yönelik birtakım düzenlemeler yapıldı. Birim etkinliklerinin, ilk etkinlikten itibaren A4 ve A3 boyutlarında hazırlanan afişlerle duyurulması yoluna gidildi. Duyuru afişlerinin posta ile Eskişehir protokolü, basın ve yayın organlarına dağıtımı yapıldı. İnternet ortamında da söz konusu afişler e-posta ile dağıtıldı. Afişler, Anadolu Üniversitesi'nin çeşitli birimlerinin duyuru panolarına ve Eskişehir kenti içinde de bazı ortamlara asıldı. Bir dönem mahalle muhtarlıklarına da duyuru afişleri gönderildi. Bunlara ek olarak, Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin içindeki ve Kurşunlu Camii Sokak üzerindeki duvarında hazırlanan duyuru panosu ile etkinliklerin duyurumu gerçekleştirildi.

Kâğıda basılı afişler yoluyla yapılan duyurulara ek olarak, e-posta adreslerine de duyurular gönderildi. Eskişehir'deki ilgili kesimler, Eskişehir'in yerel gazeteleri ile Türkiye'de faaliyet gösteren turizm basınına da e-posta ile düzenli olarak basın bültenleri ve afişlerin dijital örnekleri gönderildi. Bunlara ek olarak son yılda ülke genelindeki yaklaşık 350 basın organına ve gazeteciye basın bültenleri her etkinliği izleyen gün içinde gönderildi. Ayrıca, 2013 yılının Mart, Nisan ve Mayıs aylarında düzenlenmesi planlanan 71 etkinliğin duyurumu amacıyla Mart 2013 içinde Eskişehir basınının temsilcileri Birim binasında düzenlenen basın toplantısına davet edildi.

Basın ile sürdürülen bütün bu ilişkiler sonucunda, Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde gerçekleştirilen etkinliklerin haberlerinin, Eskişehir, Türkiye ve turizm sektör basınında düzenli olarak yer alması sağlandı. Son etkinliğe kadar ülke genelindeki pek çok basın organında Birim haberlerinde yer aldığını görüldü. Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde gerçekleştirilen etkinliklerle ilgili olarak basında yer alan haberler bir süre derlendi. Ancak zamanla çıkan haber sayısının olağanüstü sayılara ulaşması ve haberlerin derlenmesi ile ilgilenecek görevli bir sorumlunun bulunamaması dolayısıyla, bir süre sonra haber derleme çalışmasına son verildi. İlk dönemlerde basında yer alan yaklaşık 500 haber derlendi. Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde yapılan etkinliklerle ilgili olarak basın organlarında çıkan haberlerin tam



Fotoğraf 25. Etkinliklerle ilgili bir haber



Fotoğraf 26. Anadolu Haber Gazetesi EMITT Özel Sayısı

Tablo 1. Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde 2010-2013 Yılları Arasında Düzenlenen Etkinliklerin Konularına Göre Dağılımı

Yıl	Konferans	Söyleşi	Eğitim	Sergi	Sokak Sergisi	Eğitim Gezisi	Konser	Kurultay	Çalıştay	Fuar Katılımı	Seminer	Toplam
2010	8		10			2			1			21
2011	45	13	19	7	1	3			3	1	1	93
2012	11	4	3	1								19
2013	43	7	6	2	1	7	3	2				71
Toplam	107	24	38	10	2	12	3	2	4	1	1	204

sayısını bilmemekle birlikte, bu sayının 2000'in epey üzerinde olduğu tahmin edilmektedir.

DÜZENLENEN ETKİNLİKLER

Yazının bu bölümünde Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde 2010-2013 yılları arasında gerçekleştirilen 204 etkinlik genel hatları ile açıklanacaktır. 2010-2013 yılları arasında Birim'de 107 konferans, 24 söyleşi, 38 eğitim, 10 sergi, iki sokak sergisi, 12 eğitim gezisi, üç konser, iki kurultay, dört çalıştay, bir fuar katılımı ve bir de seminer gerçekleştirildi (Tablo 1).

Konferanslar

Üç yıllık bu dönemde Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde toplam 107 konferans düzenlendi. Tablo 2'de de görüldüğü üzere her ay birden fazla sayıda konferans etkinliği gerçekleştirildi. Konferansların konuları belirlenirken, konuların turizm ve otelcilik ile ilgili olmasına dikkat edildi. Ek olarak, öğrencilerin ilgi gösterdikleri konularda da (yurtdışı staj gibi) konferanslar düzenlendi.

Tablo 3'te, düzenlenen akademik içerikli konferansların listesi yer alıyor. Lisansüstü öğrenciler ve akademisyenlere yönelik olarak düzenlenen konferanslarda öğrencilerin derslerinde öğrendikleri bilgileri destekleyici konuların işlenmesine dikkat edildi. Üç yıl boyunca toplam 12 akademik içerikli konferans gerçekleştirildi. Bazı konferanslar, konuşmacının Türkiye'de bulunmaması nedeniyle internet bağlantısı aracılığıyla ABD'den de verildi.

Tablo 4'te, Anadolu Üniversitesi'nin fakülte, enstitü ve yüksekokullarında eğitim-öğretim gören yabancı uyruklu öğrencilerin ülkelerini tanıtmalarını sağlamak amacıyla bir dizi konferans düzenlendi. Öğr. Gör. Aysel YILMAZ, Öğr. Gör. Duygu YETGİN ve Arş. Gör. Arzu TURAN'ın yönetiminde çoğunluğu Türk Cumhuriyetleri ile akraba topluluklardan olmak üzere üç yıl boyunca *Öğrencilerimizin Ülkeleri* ve *Öğrencilerimizin Kültürleri* başlıkları altında toplam 13 etkinlik düzenlendi.

Eskişehir'in yöresel yemeklerini tanıtmak amacıyla, Eskişehirli ev kadınlarının anlatımları ile beş etkinlik düzenlendi (Tablo 5). Öğr. Gör. Aysel YILMAZ'ın yönetiminde düzenlenen konferanslar-



Fotoğraf 27. Ufuk Özkaratay konferansını verirken..



Fotoğraf 28. Konferans dinleyicileri

Etkinliklerimiz

Tablo 2. Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde Düzenlenen Konferanslar

Yıl	Ay	Konferans Başlığı	Konuşmacı
2010	Kasım	Tatil İçin Otel Seçerken Nelere Dikkat Edilmeli?	Ufuk ÖZKARATAY
		İyi Bir Şarap Nasıl Anlaşılır?	Yrd. Doç. Dr. H. Rafet YÜNCÜ
		Eskişehir'de Görülecek Yerler	Ufuk ÖZKARATAY
Aralık		Bira Hakkında Her Şey	Arş. Gör. Hakan YILMAZ
		Turizmde Tüketici Hakları	Arş. Gör. Dr. Özgür OĞUZ
		Eskişehir'de Turizm Gelişme ve Olanaklarının Değerlendirilmesi	Ufuk ÖZKARATAY
2011	Ocak	Fotoğraflarla Güney Kore Mutfağı	Yrd. Doç. Dr. Cumhur DÜLGER
	Şubat	Dünden Bugüne Aybastı - Kabataş Kurultayı	Doç. Dr. Salim ŞENGEL
	Mart	Frigya Vadisi	Arş. Gör. Barış SEYHAN
		Yunan Mitolojisinde 12 Olimpos Tanrısı	Öğr. Gör. Duygu YETGİN
Nisan		Likya (Işık ülkesi)	Arş. Gör. Barış SEYHAN
		İnsanlık Tarihi Boyunca Evren Düşüncesinin Gelişimi	Prof. Dr. Önder ORHUN
		Eskişehir İlinde Arkeoloji	Öğr. Gör. Yusuf POLAT
		Mitolojide Kahramanlar	Öğr. Gör. Duygu YETGİN
		Yurt Dışında Kariyer ve Burs Olanakları	Yard. Doç. Dr. Cumhur DÜLGER
		Eskişehir Çevresinde Biyolojik Çeşitliliğin Turizm Açısından Önemi	Prof. Dr. Ersin YÜCEL
		Mayıs	Yunan Mitolojisinde Savaşlar
		Küçük Turizm Bölgeleri ve Küçük Ölçekli Turizm İşletmeleri	Yard. Doç. Dr. Murat EMEKSİZ
		İnsanlık Tarihinde Işıklı İlgili Düşüncenin Gelişimi	Prof. Dr. Önder ORHUN
		Halk Kültürü Ürünlerinin Turizmle Yeniden Yorumlanması	Yard. Doç. Dr. Çiğdem KARA
		İskenderiye Müze ve Kütüphanesi	Prof. Dr. Nazmi KOZAK
		Ekim	Türk Mitolojisine Giriş
Kasım		Müzecilik	Öğr. Gör. Nurullah AYDIN
		Osman Hamdi Bey	Arş. Gör. Barış SEYHAN
		Tıbbi Bitkileri Doğru Kullanmada Temel İlkeler	Prof. Dr. Ersin YÜCEL
		Paket Tur Satın Alırken Nelere Dikkat Edilmeli?	Ufuk ÖZKARATAY
		Eskişehir Müzeleri: Eskişehir Arkeoloji Müzesi	Dursun ÇAĞLAR
		Türk Destanları	Öğr. Gör. Duygu YETGİN
		Antik Çağda Olimpiyatlar	Arş. Gör. Barış SEYHAN
		ÖYP (Öğretim Üyesi Yetiştirme Programları) Hakkında Merak Edilenler	Arş. Gör. Gözde TÜRKTARHAN
		Modern Çağda Olimpiyatlar	Arş. Gör. Dr. Veli Onur ÇELİK
		Yurtdışı Turlarına Katılanların Özellikleri ve Beklentileri	Ufuk ÖZKARATAY
Aralık		Work and Travel Sözleşmelerinde Karşılaşılan Sorunlar	Arş. Gör. Dr. Özgür OĞUZ
		Türkçenin Doğru Kullanımı	Okt. Kevser CANDEMİR
		Gıda Olarak Tüketilen Yabani Otların Önemi	Prof. Dr. Ersin YÜCEL
		Frigya Vadisi Kaya Kiliseleri	Seçkin EVCİM
		Anadolu Mitolojisi	Öğr. Gör. Duygu YETGİN

Tablo 2. Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde Düzenlenen Konferanslar (Devam)

Yıl	Ay	Konferans Başlığı	Konuşmacı
2012	Ocak	Dünya'da ve Türkiye'de Turist Rehberliği Eğitimi	Seden EDGÜ
		Geleneksel Türk Tiyatrosunun Turizmde Değerlendirilmesi	Mevlüt ÖZHAN
		Eskişehir'in Turistik Çekicilikleri	Arş. Gör. Savaş EVREN
		Evliya Çelebi Seyahatnamesi'nde Sosyal Konulara Yaklaşımı	Prof. Dr. Ejder OKUMUŞ
		Türk Kültür Başkenti Olarak Eskişehir	Arş. Gör. Emrullah TÖREN
		Şarap'ın ABC'si	Yard. Doç. Dr. H. Rafet YÜNCÜ
2013	Mart	Türkiye'de Kuş Gözlemciliği	Eray ÇAĞLAYAN
		Eskişehir'de Doğa Aktiviteleri: Dağcılık	Mehmet ÖCAL
		Eskişehir Turizm Tarihi: Eskişehir'de Yeme-İçme Tarihi	Emin SARPER
Nisan		Eskişehir Turizm Tarihi II: Eskişehir'de Seyahat Acenteciliği Tarihi	Ufuk ÖZKARATAY
		Eskişehir'de Doğa Aktiviteleri II: Sportif Tatlı Su Balıkçılığı	Ateş DALYAN
		Housekeeping'te Kariyer Olanakları - Anemon	H.K. Müdürü Aykut TÖRÜN
		Basınımızın Gagavuzlara ve Gagavuzya Basınına Etkileri	Ağası HUN
		Biralar ve Markalar	Arş. Gör. Ulaş ÖNDER
		Hititler Döneminde Anadolu Mutfağı	Tolunay SANDIKÇIOĞLU
		Botanik Bahçelerin Turizme Katkısı	Prof. Dr. Ersin YÜCEL
		Projelerimiz: Eskişehir Kurum/İşletme Tarihi	Prof. Dr. Nazmi KOZAK
		Turizm Tarihi	Öğr. Gör. Dr. Mehmet ÖZDEMİR
		"Eskişehirliyim" Diyen Herkes İçin Kültür Sanat	Bülent DOĞDU
Mayıs		Yükselen Trend: Tasarım Pastalar	Miray Çiçek EVCİM
		Dergilere Makale Önermeden Önce Yapılacak Son Düzenlemeler	Prof. Dr. Nazmi KOZAK
		Cankurtaranlık	Avvamil Şeref BEYAZTAŞ
		Bir İletişimcinin Gözüyle Frigya	Doç. Dr. Ertuğrul ALGAN
		Eskişehir'de Doğa Aktiviteleri III: Bisiklet Turları	Cenap DİZMAN
		Bir Eskişehir Klasiği Lületaşı	Doç. Dr. Ertuğrul ALGAN
		Dünden Bugüne Eskişehir Basını	Hüseyin GÜVEN
		Akademik Yayıncılıkta 40 Yıl (1973 – 2013)	Hüseyin YILDIRIM

da Eskişehirli ev hanımları görsel ve sözlü, bazen de uygulamalı olarak Eskişehir'in yemeklerini ve yapılaşmalarını katılımcılarla paylaştılar.

Anadolu Üniversitesi bünyesinde faaliyet gösteren öğrenci kulüplerinin tanıtımı amacıyla, ilgili kulüp başkanlarının veya diğer yöneticilerinin katılımı ile 2013 yılında toplam 11 etkinlik düzenlendi (Tablo 6). Arş. Gör. Savaş EVREN ve Arş. Gör. Mustafa KESİCİ'nin yönetiminde düzenlenen etkinliklerde kulüp yöneticileri gerçekleştirdikleri faaliyetleri katılımcılar ile paylaştılar.

Tablo 7'de Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde gerçekleştirilen online konferanslara yer verildi. Online konferanslar, internet yardımıyla, Skype programı yardımıyla gerçekleştirildi. Arş. Gör. Onur ÇAKIR'ın yönetiminde Öğr. Gör. Osman GÜLDEMİR'in desteğiyle 2013 yılının Mart ve Nisan aylarında toplam üç etkinlik gerçekleştirildi. Tablo 8'de Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde düzenlenen Eskişehir turizminde ürün geliştirme içerikli sunumların listesi yer alıyor. Anadolu Üniversitesi lisans ve lisansüstü turizm ve

Tablo 3. Akademik Konu İçerikli Konferanslar

Yıl	Ay	Konferans Başlığı	Konuşmacı
2011	Ocak	Makalelerde Sonuç ve Tartışma Bölümlerinin Yazımında Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar	Prof. Dr. Nazmi KOZAK
	Şubat	Öz (Abstract) Hazırlarken Nelere Dikkat Edilmeli?	Prof. Dr. Nazmi KOZAK
	Mart	Makalelerde Başlık Nasıl Hazırlanır?	Prof. Dr. Nazmi KOZAK
	Nisan	Kitap Dizini (indeks) Nasıl Hazırlanır?	Prof. Dr. Nazmi KOZAK
	Mayıs	Makalelerde "Giriş" Bölümü Yazılırken Nelere Dikkat Edilmeli?	Prof. Dr. Nazmi KOZAK
	Ekim	Makalelerde "Kuram ve Literatür" Bölümleri Yazılırken Nelere Dikkat Edilmeli?	Prof. Dr. Nazmi KOZAK
	Kasım	Araştırmada Yöntem Yazılırken Nelere Dikkat Edilmeli?	Prof. Dr. Nazmi KOZAK
	Aralık	Makalelerde Analiz ve Bulguların Yazımında Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar	Prof. Dr. Nazmi KOZAK
2012	Ocak	Makalelerde Sonuç ve Tartışma Bölümlerinin Yazımında Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar	Prof. Dr. Nazmi KOZAK
2012	Kasım	Bilimsel Makalelerde Türkçe Yazım Hataları ve Yanlışları (Online konferans)	Prof. Dr. Nazmi KOZAK
2013	Nisan	Bilimsel Bir Makale Niye Yazılır?	Prof. Dr. Nazmi KOZAK
	Mayıs	Dergilere Makale Önermeden Önce Yapılacak Son Düzenlemeler	Prof. Dr. Nazmi KOZAK

otel işletmeciliği programlarda dönem ödevleri olarak hazırlanan çalışmaların sunumları Birim salonunda gerçekleştirildi. Sunumlara Eskişehir'deki turizm ve otelcilik sektör ve kamu temsilcileri de davet edildi. Eskişehir turizmini konu alan 24 araştırma bu etkinlik kapsamında sunuldu.

Tablo 9, Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde düzenlenen bir etkinliği gösteriyor. Bu etkinlik kapsamında Eskişehir'in yerleşim birimlerinde yüz yüze turizm, otelcilik, eski eserlerin korunması, hijyen gibi eğitimlerin verilmesi planlanmıştır. Ancak

birtakım nedenlerden dolayı bir etkinlik dışında başka etkinlik gerçekleştirilemedi. Gerçekleştirilen bir etkinlikte Eskişehir'in Seyitgazi ilçesine bağlı Çukurca ve Şükranlı köylerinde tarihi eserlerin korunmasına yönelik eğitim, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu öğrencilerinin sunumuyla gerçekleştirildi.

Söyleşiler

Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi binasında düzenlenen söyleşilerde (Tablo 10) özellikle önli-

Tablo 4. Öğrencilerimizin Ülkeleri Konulu Konferanslar

Yıl	Ay	Konferans Başlığı	Konuşmacı
2010	Kasım	Tarihi, Kültürü ve Turizm Değerleriyle UGANDA	Joshua WANGA
	Aralık	Tarihi, Kültürü ve Turizm Değerleriyle KIRGIZİSTAN	Azamat ABAKİROV
2011	Ocak	Tarihi, Kültürü ve Turizm Değerleriyle İRAN	Fariba NAZARİ
	Mart	Tarihi, Kültürü ve Turizm Değerleriyle MOLDOVYA	Elena TOPORAŞ
	Nisan	Tarihi, Kültürü ve Turizm Değerleriyle KAZAKİSTAN	Darkhan BIGARIN
	Mayıs	Tarihi, Kültürü ve Turizm Değerleriyle ROMANYA	Nihal ZEİADİN
	Ekim	Tarihi, Kültürü ve Turizm Değerleriyle KIRGIZİSTAN	Azamat ABAKİROV
	Kasım	Tarihi, Kültürü ve Turizm Değerleriyle MOLDOVYA	Nadejda IANDULSKAIA
	Aralık	Öğrencilerimizin Ülkeleri MOĞOLİSTAN	Odzaya TSEDENBALJİR
	2012	Ocak	Öğrencilerimizin Gözüyle: KAZAKİSTAN
Mart		Öğrencilerimizin Gözüyle Ülkeleri: MOĞOLİSTAN	Odzaya TSEDENBALJİR
Nisan		Öğrencilerimizin Gözüyle Ülkeleri: AZERBAYCAN	Orkhan ALİLİ - Musa ALİYEV
2013	Nisan	Öğrencilerimizin Kültürleri: AHISKA TÜRKLERİ	Farida KHAMZAEVA

Tablo 5. Eskişehir'in Yemekleri Konulu Konferanslar

Yıl	Ay	Konferans Başlığı	Konuşmacı
2011	Kasım	Eskişehir'in Yerel Lezzetleri: Çibörek	Erol ULUÇAY
2012	Aralık	Eskişehir'in Yöresel Yemekleri: Çibörek	Erol ULUÇAY
2013	Mart	Eskişehir'in Yemekleri: Kırım - Tatar Yemekleri	Sevinç KARAKAYA
	Nisan	Eskişehir'in Yemekleri: Balkan Yemekleri	Sabriye ÖZBİÇEN
	Mayıs	Eskişehir'in Yöresel Yemekleri	Betül MUTLU

Tablo 6. Anadolu Üniversitesi Öğrenci Kulüplerinin Tanıtım Konferansları

Yıl	Ay	Konferans Başlığı	Konuşmacı
2013	Mart	Gönüllü Toplumsal Hizmetler Kulübü	Kulüp Başkanı
		Avrupa Öğrencileri Forumu Kulübü	Kulüp Başkanı
		Fotoğrafçılık Kulübü	Kulüp Başkanı
		Doğa Sporları Kulübü	Kulüp Başkanı
	Nisan	Kariyer Kulübü	Kulüp Başkanı
		Bilgisayar Kulübü	Kulüp Başkanı
		Turizm ve Gezi Kulübü	Kulüp Başkanı
		Marketing Anadolu Kulübü	Kulüp Başkanı
	Mayıs	Kızılay Kulübü	Kulüp Başkanı
		Müzik Kulübü	Kulüp Başkanı
		Girişimcilik Kulübü	Kulüp Başkanı
		Erasmus Kulübü	Kulüp Başkanı

sans ve lisans düzeylerinde turizm ve otelcilik eğitim-öğretimi programlarına devam etmekte olan öğrencilere yönelik konular seçildi. Birim'de 2010-2013 yılları arasındaki üç yılda toplam 13 söyleşi etkinliği düzenlendi ve etkinliklerde katılımcıların konuşmacıyla daha yakından iletişim kurmalarına yönelik bir yöntem izlendi.

Yabancı Öğrenciler İçin Günlük Türkçe Eğitimleri

Anadolu Üniversitesi'nin çeşitli akademik birimlerinde sınırlı sürelerle eğitim görmek için ERASMUS programı kanalıyla her yıl 300'den fazla öğrenci gelmektedir. Bu sayıya Türk Cumhuriyetleri'nden

gelen öğrenciler ile kendi olanakları ile eğitim-öğretim alanlar dahil edildiğinde, her dönem 400'den fazla yabancı öğrencinin Anadolu Üniversitesi'nde bulunduğu göz önüne alınarak, öğrencilerin Eskişehir'deki günlük yaşamlarında ihtiyaç duydukları Türkçe dil bilgilerini öğrenmelerini sağlamak üzere *Yabancı Öğrenciler İçin Günlük Türkçe* başlığı altında eğitim seminerleri düzenlendi (Tablo 11). Başlangıçta her ay birden fazla eğitim semineri programa dahil edilirken, yabancı öğrencilerin bu eğitimlere fazla ilgi göstermemesi dolayısıyla eğitim sayısı giderek azaltıldı ve 2011 yılından sonra da kaldırıldı. Bu etkinlikte, yabancı öğrencilerin günlük sosyal

Tablo 7. Online Konferanslar

Yıl	Ay	Konferans Başlığı	Konuşmacı
2013	Mart	VIP Catering Hizmetleri	Öğr. Gör. Emrah YILDIZ
		Menü Mühendisliği	Öğr. Gör. Gencay SAATÇI
	Nisan	Hititler Döneminde Anadolu Mutfağı	Tolunay SANDIKÇIOĞLU

Tablo 8. Eskişehir Turizmde Ürün Geliştirme Proje Sunumları

Yıl	Ay	Konferans Başlığı	Açıklama
2013	Mayıs	Eskişehir Turizmde Ürün Geliştirme Proje Sunumları-I	Turizm Fakültesi öğrencilerinin dönem sonu proje sunumları
		Eskişehir Turizmde Ürün Geliştirme Proje Sunumları-II	Turizm Fakültesi öğrencilerinin dönem sonu proje sunumları
		Eskişehir Turizmde Ürün Geliştirme Proje Sunumları-III	Turizm Fakültesi öğrencilerinin dönem sonu proje sunumları
		Eskişehir Turizmde Ürün Geliştirme Proje Sunumları-IV	Turizm Fakültesi öğrencilerinin dönem sonu proje sunumları
		Eskişehir Turizmde Ürün Geliştirme Proje Sunumları-V	Turizm Fakültesi öğrencilerinin dönem sonu proje sunumları

yaşamlarındaki iletişimlerinde en fazla gereksinme duydukları cümleler, kavramlar, sözcükler ile Türk toplumunun kültürü ile ilgili bilgilerin öğretilmesi amaçlandı. Eğitimler, gerektiğinde İngilizce ve Almanca dilleri yardımıyla yürütüldü.

İlköğretim Öğrencileri Turizmi Öğreniyor

Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin önemli sosyal etkinliklerinden biridir. Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi Öğr. Gör. Aysel YILMAZ ve

Öğr. Gör. Duygu YETGİN'in yönetiminde, Azamat ABAKIROV'un desteğiyle her ay bu konuda bir etkinlik gerçekleştirildi (Tablo 12). Etkinliklerde, her seferinde Eskişehir'in farklı bir ilköğretim okulundan 4. sınıf öğrencileri, öğretmenlerinin nezaretinde Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin binasında ağırlandı ve turizm ve otelcilik sektörü hakkında bilgilendirildi. Daha sonra öğrencilerin Eskişehir'in Tarihi Odunpazarı Bölgesi'ndeki müzeleri gezmeleri sağlandı. Etkinliklere, davet

Tablo 9. Yaygın Turizm Eğitimi Etkinliği

Yıl	Ay	Konu	Yer
2011	Mayıs	Tarihi Eserleri Koruma Biliçlendirme Semineri (Çukurca ve Şükranlı Köyleri, Seyitgazi, Eskişehir)	Çukurca Köyü, Şükranlı Köyü, Seyitgazi İlçesi, Eskişehir

Tablo 10. Söyleşiler

Yıl	Ay	Söyleşi Başlığı	Konuşmacı
2010	Aralık	Beden Dili ve Sıcak Satış	Doç. Dr. Nezih ORHON
2011	Ocak	Farklı Kültürlerde Yılbaşı Kutlamaları	Prof. Dr. Mustafa ÇAKIR
		Yemek Şarap Uyumu	Yard. Doç. Dr. H.Rafet YÜNCÜ
2011	Ekim	Filmlerle Antik Çağ	Arş. Gör. Barış SEYHAN
		Modern Çağın Seyyahları	Baran BİNBOĞA
	Aralık	Şarap ve Dionysios Kültürü	Arş. Gör. Barış SEYHAN
2013	Nisan	Şarabın Temelleri	Yard. Doç. Dr. Hilmi Rafet YÜNCÜ
		Müşteri İletişiminde Diksiyon	Arş. Gör. Kübra AŞAN
	Mayıs	Başkaçandan' gaztedeki gibi, tek a'lı...	Semih ESEN
	Mayıs	Şarap ve Yemek Uyumu	Yard. Doç. Dr. Hilmi Rafet YÜNCÜ
		Eskişehir Odunpazarı Evleri	Okutman Selma MANAS
	Dünden Bugüne Eskişehir Basını	Vehbi ÖRS	
	Şarap Tadımı	Yard. Doç. Dr. Hilmi Rafet YÜNCÜ	

Tablo 11. Yabancı Öğrenciler İçin Günlük Türkçe Eğitimleri

Yıl	Ay	Seminer Başlığı	Konuşmacı
2010	Kasım	Yabancı Öğrenciler için Günlük Türkçe	Arş. Gör. Barış SEYHAN
		Yabancı Öğrenciler için Günlük Türkçe	Öğr. Gör. Aysel YILMAZ
2010	Aralık	Yabancı Öğrenciler için Günlük Türkçe	Arş. Gör. Barış SEYHAN
		Yabancı Öğrenciler için Günlük Türkçe	Öğr. Gör. Aysel YILMAZ
2011	Ocak	Yabancı Öğrenciler için Günlük Türkçe	Arş. Gör. Barış SEYHAN
		Yabancı Öğrenciler için Günlük Türkçe	Öğr. Gör. Aysel YILMAZ
	Şubat	Yabancı Öğrenciler için Günlük Türkçe	Arş. Gör. Barış SEYHAN
		Yabancı Öğrenciler için Günlük Türkçe	Öğr. Gör. Aysel YILMAZ
	Mart	Yabancı Öğrenciler için Günlük Türkçe	Arş. Gör. Barış SEYHAN
		Yabancı Öğrenciler için Günlük Türkçe	Öğr. Gör. Aysel YILMAZ
	Mayıs	Yabancı Öğrenciler için Günlük Türkçe	Öğr. Gör. Aysel YILMAZ
	Ekim	Yabancı Öğrenciler için Günlük Türkçe	Öğr. Gör. Aysel YILMAZ
		Yabancı Öğrenciler için Günlük Türkçe	Arş. Gör. Barış SEYHAN

edilen sınıfın öğrenci kapasitesine bağlı olarak 30-40 dolayında öğrenci katıldı.

Sergiler

Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde düzenlenen diğer etkinliklerin yanı sıra bir dizi sergi etkinliği de gerçekleştirildi (Tablo 13). Düzenlenen sergiler arasında *Yazılı Basında Turizm Haberleri Sergisi*, *Uluslararası Turizm Karikatürleri Sergisi*, *Evlîyâ Çelebi'nin Gözünden 17. Yüzyılda Kaplıca ve Ilıcalar Sergisi* gibi Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi görevlilerince bizzat hazırlanan sergiler olduğu gibi, *I. Frigya Vadileri Fotoğraf Yarışması Sergisi*, *Fotoğraflarla Gürleyik (Mihalıççık) Sergisi*, *Kuzey Kafkasya Yöresel Kıyafet Sergisi* gibi başka kurum ve kuruluşlar tarafından hazırlanan sergilere de yer verildi. Bu sergilere ek olarak başka kentlerden sergi malzemelerinin getirilmesinde yaşanan sıkıntılar dolayısıyla açılmayan sergiler de oldu. Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi tarafından düzenlenen sergilerin özgün yönlerinden ilki, bu sergilerin turizm ve otelcilik eğitimi gören öğrencilerin bilgi ve gözlem birikimlerine katkıda bulunmayı amaçlamasıdır. Öte yandan, Eskişehir'in tarihi Odunpazarı bölgesinde düzenlenen iki sokak sergisi ile ESPARK AVM'de düzenlenen sergiler ile de üniversitenin kent ile bütünleşmesine katkıda bulunulması amaçlandı. Tarihi Odunpazarı bölgesinde gerçekleştirilen iki sokak karikatür sergisi, gerek semt

şahinlerinin ve gerekse bölgeyi gezmek amacıyla başka kentlerden gelenlerin büyük ilgisini topladı.

Hizmet İçi Eğitim

Anadolu Üniversitesi Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'ne yapılan bir başvuru üzerine Eskişehir'in tarihi Odunpazarı bölgesinde faaliyet gösteren *Babussaade Konak Otel* personeline yönelik Anadolu Üniversitesi öğretim elemanlarından Yard. Doç. Dr. Dilek ACAR GÜREL, Okt. Dr. Hüseyin ÖNEY, Öğr. Gör. Duygu YETGİN, Öğr. Gör. Dönüş ÇİÇEK tarafından bir dizi hizmet içi eğitim etkinliği düzenlendi (Tablo 14). Ön büro, servis hizmetleri, mutfak, kat hizmetleri, hijyen ve müşteri ilişkileri konularında düzenlenen eğitim etkinliği, iki ay devam etti ve etkinliğe Babussaade Konak Otel'in 90 personeli katıldı. Hizmet içi etkinlik sonrasında katılanlara sertifika verildi.

Kurultaylar

Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi tarafından iki kurultay düzenlendi (Tablo 15). Bunlardan ilki, daha önce Birim'de görevli öğretim elemanları tarafından gerçekleştirilen *III. Turizm Öğrencileri Kurultayı*'dir. Bu kurultaydan ilk ikisi 2009 ve 2010 yıllarında Anadolu Üniversitesi'nde düzenlenmişti. 2012 yılındaki kurultayın, düzenlemeyi üstlenenler tarafından gerçekleştirilememesi dolayısıyla

Tablo 12. İlköğretim Öğrencileri Turizm Öğreniyor Etkinliği Bilgileri

Yıl	Ay	Etkinlik Başlığı	Düzenleyenler ve Konuşmacılar
2011	Mayıs	İlköğretim Öğrencileri Turizm Öğreniyor (Ahmet Sezer İlköğretim Okulu)	Öğr. Gör. Aysel YILMAZ - Öğr. Gör. Duygu YETGİN
	Ekim	İlköğretim Öğrencileri Turizm Öğreniyor (Orhangazi İlköğretim Okulu)	Öğr. Gör. Aysel YILMAZ - Öğr. Gör. Duygu YETGİN
	Kasım	İlköğretim Öğrencileri Turizm Öğreniyor (İstiklal İlköğretim Okulu)	Öğr. Gör. Aysel YILMAZ - Öğr. Gör. Duygu YETGİN
	Aralık	İlköğretim Öğrencileri Turizm Öğreniyor (İstiklal İlköğretim Okulu)	Öğr. Gör. Aysel YILMAZ - Öğr. Gör. Duygu YETGİN
2012	Ocak	İlköğretim Öğrencileri Turizm Öğreniyor (İstiklal İlköğretim Okulu)	Öğr. Gör. Aysel YILMAZ - Öğr. Gör. Duygu YETGİN
	Kasım	İlköğretim Öğrencileri Turizm Öğreniyor (Tunalı İlköğretim Okulu)	Öğr. Gör. Aysel YILMAZ - Öğr. Gör. Duygu YETGİN
	Aralık	İlköğretim Öğrencileri Turizm Öğreniyor (Tunalı İlköğretim Okulu)	Öğr. Gör. Aysel YILMAZ - Öğr. Gör. Duygu YETGİN
2013	Mart	İlköğretim Öğrencileri Turizm Öğreniyor (1. Hava İkmal Bakım Merkezi İlköğretim Okulu)	Öğr. Gör. Aysel YILMAZ - Öğr. Gör. Duygu YETGİN
	Nisan	İlköğretim Öğrencileri Turizm Öğreniyor (1. Hava İkmal Bakım Merkezi İlköğretim Okulu)	Öğr. Gör. Aysel YILMAZ - Öğr. Gör. Duygu YETGİN
	Mayıs	İlköğretim Öğrencileri Turizm Öğreniyor (Yunusemre İlköğretim Okulu)	Öğr. Gör. Aysel YILMAZ - Öğr. Gör. Duygu YETGİN
		İlköğretim Öğrencileri Turizm Öğreniyor (Yunusemre İlköğretim Okulu)	Öğr. Gör. Aysel YILMAZ - Öğr. Gör. Duygu YETGİN

la, 2013 yılında üçüncü Kurultay Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi tarafından, Turizm Fakültesi öğrencilerinin desteğiyle gerçekleştirildi. Kurultaya 34 farklı üniversiteden toplam 75 öğrenci katıldı. Kurultayda "Hızla Artan Okul ve Bölümler", "Akademik Danışmanlık", "Ders Kitapları", "Yaz Stajları", "Work and Travel Uygulamaları ve Yaşanan Sorunlar" ve "Turizm Mezunlarının Kamuda İstihdam Edilme Sorunları" başlıklarında komisyon çalışmaları yapıldı ve ulaşılan sonuçlar kamuoyu ile paylaşıldı.

Birim tarafından düzenlenen ikinci Kurultay ise *I. Türk Dünyası Turizm Öğrencileri Kurultayı*'dir. Arş. Gör. Emrullah TÖREN'in koordinasyonunda düzenlenen kurultaya 13 ülkeden gelen ve Türkiye'de 11 farklı üniversitede eğitim gören toplam 40 öğrenci katıldı. Kurultayda Türk Cumhuriyetlerinden gelerek Türkiye'de turizm ve otelcilik eğitimi almakta olan öğrencilerin yaşadıkları sorunlar başta olmak üzere çeşitli konularda oluşturulan komisyonlar çalışmalarda bulundu. Çalışma komisyonlarının başlıkları şu şekilde belirlendi: "Öğrencilerin Türkiye'ye Uyum Sorunları",

"Öğrencilerin Staj ve Çalışma Sorunları", "Öğrencilerin Dil Konusundaki Sorunları" ve "Öğrencilerin Eğitim-Öğretim Alanındaki Sorunları". Komisyon çalışmalarından elde edilen sonuçlar kamuoyu ile paylaşıldı.

III. Turizm Öğrencileri Kurultayı ile I. Türk Dünyası Turizm Öğrencileri Kurultayı eş zamanlı olarak Anadolu Üniversitesi Kongre Merkezi'nde gerçekleştirildi.

Arama Konferansları

Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi tarafından 2010-2013 yılları arasında toplam iki arama konferansı etkinliği gerçekleştirildi (Tablo 16). Bunlardan ilki, Birim'in kuruluşunu izleyen ayda (Aralık 2010) Eskişehir Odunpazarı Belediyesi ile birlikte düzenlenen *I. Odunpazarı Turizm Geliştirme Arama Konferansı*'dir. Moderatörlüğünü Dr. İrfan MISIRLI'nın yerine getirdiği arama konferansına Eskişehir'deki turizm ve otelcilik sektörüyle ilgili/ilişkili kurum ve kuruluşlardan 35 kişi katıldı. Sonraki yıllarda devamı öngörülen etkinlik, birtakım

Tablo 13. Düzenlenen Sergiler

Yıl	Ay	Sergi Başlığı	Yer
2011	Ocak	Yazılı Basında Turizm Haberleri (1981- 2010) Sergisi	Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu
	Nisan	I. Frigya Vadileri Fotoğraf Yarışması Sergisi	Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu
		I. Frigya Vadileri Fotoğraf Yarışması Sergisi	Anadolu Üniversitesi Yabancı Diller Yüksekokulu
	Mayıs	II. Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması Sergisi	Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu
		II. Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması Sergisi	Sokak Sergisi, Odunpazarı, Eskişehir
	Ekim	II. Frig Vadileri Fotoğraf Yarışması Sergisi	Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu
	Kasım	“Evliyâ Çelebi'nin Gözünden 17. Yüzyılda Kaplıca ve Ilıcalar” Sergisi	Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu
Aralık	Yazılı Basında Turizm Haberleri (1981- 2011) Sergisi	Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu	
2012	Ocak	Fotoğraflarla Gürleyik (Mihalıççık) Sergisi	Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi
	Şubat	“Evliyâ Çelebi'nin Gözünden 17. Yüzyılda Kaplıca ve Ilıcalar” Sergisi	ESPAK AVM, Eskişehir
2013	Mayıs	4. Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması Sergisi	Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi
		4. Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması Sergisi	Sokak Sergisi, Odunpazarı, Eskişehir
		Kuzey Kafkasya Yöresel Kıyafet Sergisi	Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi

nedenlerle tekrarlanamadı. I. Odunpazarı Turizm Geliştirme Arama Konferansı'ndan elde edilen sonuçlar raporlaştırılarak ilgili kesimlerle paylaşıldı. Düzenlenen ikinci Arama Konferansı ise *III. Akademik Turizm Eğitimi Arama Konferansı*'dir. Bu etkinlik Muğla Üniversitesi Turizm Araştırma ve Uygulama Merkezi'nin işbirliğinde, Hilton Dalaman Sanıgerme Resort&Spa Otel'in desteğiyle gerçekleştirildi. Dr. İrfan MISIRLI'nın moderatörlüğünü yerine getirdiği arama konferansında *Disiplin Olarak Turizmin Bilimsel Konumu* ele alındı. Farklı alanlardan 45 akademisyenin katıldığı arama konferansı sonuçları kitap olarak yayımlandı.

Çalıştaylar

Turizm araştırmalarının geliştirilmesine yönelik olarak Prof. Dr. Nazmi KOZAK tarafından iki çalıştay düzenlendi (Tablo 17). Bunlardan ilki, *Araştırma Paylaşım Çalıştayı*, ikincisi de *Disiplinlerarası Turizm Çalıştayı*'dir. Her iki çalıştaya da lisansüstü düzeylerde turizm eğitimi alan öğrenciler ile Anadolu Üniversitesi'nde görevli öğretim elemanları katıldı.

Yürüyerek Odunpazarı Gezileri

Eskişehir'in tarihi Odunpazarı bölgesinin Anadolu Üniversitesi öğrencilerine tanıtılması amacıyla 2010-2013 yılları arasında toplam 11 gezi etkinliği gerçekleştirildi (Tablo 18). Selman BAYRAKÇI'nın koordinasyonunda düzenlenen geziler, rehber eşliğinde Tarihi Odunpazarı bölgesinin yürüyerek gezdirilmesi şeklinde yürütüldü. Bazı gezi etkinlikleri de yabancı öğrenciler için gerçekleştirildi.

Eğitim Amaçlı Geziler

Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin en kapsamlı iki eğitim gezisi etkinliğine toplam 2200 ilköğretim öğrencisi katıldı (Tablo 19). Söz konusu gezi etkinliklerinden biri Mart, Nisan ve Mayıs 2012 tarihlerinde Eskişehir Skal Derneği'nin işbirliğiyle gerçekleştirilen *İlköğretim Öğrencileri Eskişehir'in Müzelerini Geziyor* başlıklı etkinlik idi. Eskişehir'in kenar semtlerindeki ilköğretim okullarında eğitim gören öğrencilerin Eskişehir Arkeoloji Müzesi, Cam Sanatları Müzesi, Lületaş Müzesi ve Eğitim Karikatürleri Müzesi'nin gezdirilmesini amaçlayan gezi etkinliğine toplam 1350 öğrenci katıldı. Etkin-

Tablo 14. Hizmet İçi Eğitim Etkinlikleri

Yıl	Ay	Hizmet İçi Eğitim Etkinliğinin Konusu	Yer
2011	Temmuz	Babussaade Konak Otel Çalışanlarına Yönelik Turizm ve Otelcilik Eğitimi (Katılım 99 personel)	Babussaade Konak, Odunpazarı, Eskişehir
	Ağustos	Babussaade Konak Otel Çalışanlarına Yönelik Turizm ve Otelcilik Eğitimi (Katılım 99 personel)	Babussaade Konak, Odunpazarı, Eskişehir

Tablo 15. Düzenlenen Kurultaylar

Yıl	Ay	Kurultay Başlığı	Yer
2013	Nisan	III. Turizm Öğrencileri Kurultayı	Anadolu Üniversitesi, Yunussemre Kampusu
		I. Türk Dünyası Turizm Öğrencileri Kurultayı	Anadolu Üniversitesi, Yunussemre Kampusu

lik, Eskişehir'in iki semt belediyesinin (Tepebaşı Belediyesi ve Odunpazarı Belediyesi) öğrencilerin ulaşımını otobüsleriyle sağlamaları ile gerçekleştirildi. Öğrenciler müzeleri rehberler eşliğinde gezdiler. Bu etkinliğe Topluma Hizmet Uygulamaları dersi kapsamında Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu öğrencileri de nezaret etti. Eskişehir Milli Eğitim Müdürlüğü'nün desteğiyle gerçekleştirilen etkinlikte öğrencilere beslenme kumanyası da verildi.

Birim'in koordinasyonunda düzenlenen ikinci etkinlik de *İlköğretim Öğrencileri 2013 Türk Dünyası Kültür Başkentini Geziyor* etkinliğidir. Bu etkinlik, Eskişehir'in ilçelerindeki ilköğretim okullarında eğitim-öğretim gören ve Eskişehir kent merkezini görmemiş öğrencilere yönelik gerçekleştirildi. Eskişehir Milli Eğitim Müdürlüğü'nün katkılarıyla gerçekleştirilen etkinlikte, Eskişehir Büyükşehir Belediyesi otobüslerini tahsis ederek, Eskişehir Anemon Oteli de kumanya vererek destek oldular. Etkinlikte, Eskişehir'in 10 ilçesinden 850 öğrenci

Eskişehir'deki müzeleri rehberler eşliğinde gezdiler. Etkinlik, 8 – 31 Mayıs 2013 tarihleri arasında gerçekleştirildi.

EMITT Fuarı'na Katılım

Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin eşgüdümünde Anadolu Üniversitesi bünyesindeki 52 turizm, otelcilik, ulaştırma, rekreasyon, hosteslik, vs. birimlerin tanıtılması amacıyla 2011 yılında Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı'na (EMITT) 45 metre karelik bir stant kiralanarak iştirak edildi (Tablo 20). Fuarda ilgili birimlerin tanıtımlarının yapılabilmesi amacıyla Anadolu Üniversitesi Anadolu Haber Gazetesi'nin bir sayısı EMITT Fuarı için özel olarak hazırlandı ve basıldı. Bu özel sayıda turizmle ilgili/ilişkili bütün bölümlerin tanıtımlarını içeren bölümler, fotoğraflar ve öğretim elemanı listeleri yer aldı. 10 bin adet basıtılan Anadolu Haber Gazetesi EMITT Özel Sayısı fuarda dağıtıldı. Fuara katılım amacıyla Anadolu Üniversitesi Atölyeler Müdürlüğü'nün katkısıyla

Tablo 16. Düzenlenen Arama Konferansları

Yıl	Ay	Arama Konferansının Başlığı	Yer
2010	Aralık	Odunpazarı Bölgesinde Turizmin Geliştirilmesi (Moderatör: Dr. İrfan MISIRLI)	Eskişehir Anemon Oteli
	Nisan	III. Akademik Turizm Eğitimi Arama Konferansı: Disiplin Olarak Turizmin Bilimsel Konumu (Moderatör: Dr. İrfan MISIRLI)	Hilton Dalaman Sarıgerme Resort & Spa

Tablo 17. Düzenlenen Arama Çalıştayları

Yıl	Ay	Çalıştay Başlığı	Moderatör
2011	Ocak	Araştırma Paylaşım Çalıştayı	Prof. Dr. Nazmi KOZAK
		Disiplinlerarası Turizm Çalıştayı	Prof. Dr. Nazmi KOZAK

Tablo 18. Yürüyerek Odunpazarı Gezileri

Yıl	Ay	Etkinlik Başlığı	İlgili
2010	Kasım	Walking Odunpazarı Trip for Foreign Students	Arş. Gör. Barış SEYHAN
	Aralık	Walking Odunpazarı Trip for Foreign Students	Arş. Gör. Barış SEYHAN
	Şubat	Erasmus Öğrencileri Ülke Temsilcileri Meclisi için Odunpazarı Gezisi	Selman BAYRAKCI
2011	Ekim	Erasmus Öğrencileri Odunpazarı Gezisi	Selman BAYRAKCI
	Aralık	Turizm Öğrencilerinin Eskişehir Arkeoloji Müzesi Gezisi	Selman BAYRAKCI
2013	Nisan	Eskişehir Odunpazarı Evleri Gezisi - I	Selman BAYRAKCI
		Eskişehir Odunpazarı Evleri Gezisi - II	Selman BAYRAKCI
	Mayıs	Eskişehir Odunpazarı Evleri Gezisi - III	Selman BAYRAKCI
		Eskişehir Odunpazarı Evleri Gezisi - IV	Selman BAYRAKCI
		Eskişehir Odunpazarı Evleri Gezisi - V	Selman BAYRAKCI
		Eskişehir Odunpazarı Evleri Gezisi - VI	Selman BAYRAKCI

özel bir stant tasarımı yapıldı. Fuarda görsel ve işitsel araçlarla tanıtım yapıldı. EMITT fuarına gidilmeden önce, Eskişehir'de faaliyet gösteren otel, restoran, seyahat acentesi, müze, valilik, vb. turizmle ilgili/ilişkili 40 farklı kurum ve kuruluştan 25 bin adet broşür toplandı ve EMITT fuarında Anadolu Üniversitesi standına gelen ziyaretçilere dağıtıldı. Artan broşürler ise Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin binasında Eskişehir'i ziyaret edenlere dağıtılmak üzere sergilendi ve dağıtıldı.

Fuar sırasında ayrıca Anadolu Üniversitesi Eğitim Karikatürleri Müzesi'nin de o dönemde düzenle-

yiciler arasında yer aldığı II. Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması'nın ödül töreni de dönemin Kültür ve Turizm Bakanı'nın katılımıyla Anadolu Üniversitesi standında gerçekleştirildi.

Müzik Dinletileri

Arş. Gör. Emrullah TÖREN'in koordinatörlüğünde Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde müzik dinletileri de gerçekleştirildi. 2013 yılının Mart, Nisan ve Mayıs aylarında toplam üç müzik dinletisi yapıldı (Tablo 21).

Tablo 19. Eğitim Gezileri

Yıl	Ay	Etkinlik Başlığı	Yer
2010	Aralık	Kültür ve Turizm Bakanlığı Müşavirlerinin Gezisi	Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi, Odunpazarı, Eskişehir Kent Parkı, Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı
2012	Şubat	İlköğretim Öğrencileri Eskişehir'in Müzelerini Geziyor (Toplam 1350 öğrenci)	Arkeoloji Müzesi, Cumhuriyet Müzesi, Eğitim Karikatürleri Müzesi
	Mart	İlköğretim Öğrencileri Eskişehir'in Müzelerini Geziyor (Toplam 1350 öğrenci)	Arkeoloji Müzesi, Cumhuriyet Müzesi, Eğitim Karikatürleri Müzesi
	Nisan	İlköğretim Öğrencileri Eskişehir'in Müzelerini Geziyor (Toplam 1350 öğrenci)	Arkeoloji Müzesi, Cumhuriyet Müzesi, Eğitim Karikatürleri Müzesi
	Mayıs	Eskişehir İlçe İlkokul Öğrencileri Türk Dünyası Başkenti'ni Geziyor (Toplam 850 öğrenci)	Arkeoloji Müzesi, Cumhuriyet Müzesi, Lületaşı Müzesi

Tablo 20. Fuar Katılımı

Yıl	Ay	Konu	Yer
2011	Şubat	EMITT Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı	TÜYAP Beylikdüzü Fuar ve Kongre Merkezi, İstanbul

Tablo 21. Müzik Dinletileri

Yıl	Ay	Etkinlik Başlığı	Yer
2013	Mart	Türkülerle Anadolu	Anadolu Üniversitesi Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi
	Nisan	Türkülerle Anadolu	Anadolu Üniversitesi Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi
	Mayıs	Türkülerle Anadolu	Anadolu Üniversitesi Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi

Tablo 22. Seminer

Yıl	Ay	Etkinlik Başlığı	Yer
2011	Mart	Yurt Dışında Staj İmkânları (Kurtbay Kurt, Eğitim Noktası Yurt Dışı Eğitim Danışmanlığı)	Anadolu Üniversitesi Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi

Seminer

Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi'nden çok sayıda öğrencinin yurtdışına staj yapmak amacıyla gittiği göz önüne alınarak "Yurtdışı Staj İmkânları" başlıklı bir seminer düzenlendi (Tablo 22).

GERÇEKLEŞTİRİLEMİYEN ETKİNLİKLER

Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde yukarıda sıralanan ve gerçekleştirilen etkinlikler dışında çeşitli nedenlerle gerçekleşme olanağı bulamayan projeler ve etkinlikler de oldu. Söz konusu etkinlikler aşağıda yer almaktadır.

1. Eskişehir turizm ve otelcilik eğitim projesi: Bu proje, Eskişehir Büyükşehir Belediyesi sınırları içinde faaliyet gösteren turizm işletme belgesine sahip konaklama, yiyecek-içecek ve eğlence işletmelerindeki personele yönelik bir eğitim programıdır. Eğitim programı, işletmelerin günlük faaliyetlerine yönelik olarak hazırlanarak yöneticiler dışındaki tüm personeli kapsıyordu. İşletmelerin hizmet kalitelerini artırmalarını desteklemeyi amaçlayan bu eğitim programının ücretsiz olarak yürütülmesi planlanmıştı. Projede toplam 45 saat sürecek olan temel mesleki eğitim programı hazırlanmıştı. Bu programda mutfak, kat hizmetleri, servis ve önbüro gibi bölüm temelli derslerin yanı sıra, tüm bölümleri kapsayan derslere de yer verilmişti. Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin Odunpazarı'ndaki binasında her biri 25'er kişiden oluşacak gruplara eğitim verilerek katılanlara eğitim bitiminde katılım belgesi de verilecekti. Anadolu Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP) kapsamında hazırlanan projenin kabul edilmesine karşılık, dersleri verecek Anadolu Üniversitesi öğretim elemanlarına yapılacak ödemelerle ilgili teknik konulardan kaynaklanan birtakım nedenlerden dolayı eğitim programı uygulamaya konulamadı.

2. Eskişehir kırsal kesim turizm bilinçlendirme seminerleri:

Birincisi Seyitgazi'ye bağlı Çukurca ve Şükranlı köylerinde gerçekleştirilen kırsal kesime yönelik turizm ve tarihi eserlerin korunması ile ilgili bilinçlendirme seminerlerinin, Eskişehir ilinin genelinde yürütülmesi öngörülmekteydi. Projeye birtakım nedenlerle devam edilemedi.

3. Tarihi Odunpazarı bölgesindeki kadın girişimcilere yönelik etkinlik:

Konuyla ilgili olarak Ocak 2011 tarihinde tarihi Odunpazarı bölgesinde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde bir araya gelmeleri sağlandı. Üç saat süren toplantıda kadın girişimcilere, Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin tarihi Odunpazarı bölgesindeki kadın girişimcilere yönelik eğitim ve pazarlama etkinliklerine katkı başta olmak üzere öngörülen birtakım amaçları açıklandı. Bu kapsamda ilk olarak aynı yıl Anadolu Üniversitesi'nce katılımı öngörülen EMITT fuarında dağıtılmak üzere tarihi Odunpazarı bölgesindeki kadın girişimcilerin işletmelerini içeren bir broşür hazırlanması ve fuarda dağıtılması gündeme getirildi. Ancak kadın girişimcilerin aralarında önceden gelen birtakım anlaşmazlıklar dolayısıyla bu konuda bir ilerleme kaydedilemedi.

4. İlköğretim öğrencilerine yönelik resim yarışması:

Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin 2013 yılında düzenlemeyi amaçladığı bir etkinlikti. 2013 yılının Mart, Nisan ve Mayıs aylarında toplam 71 etkinliğin gerçekleştirilmesi dolayısıyla bu proje ileriki tarihlerde gerçekleştirilmek üzere geri bırakıldı. Bu satırların yazarının görev süresinin Eylül 2013 başında sona ermesi dolayısıyla, resim yarışması da gerçekleştirilemeyen projeler arasında yer aldı.

5. Minibüs ile Eskişehir turları: Bu etkinlik ile bahar ve yaz aylarında tarihi Odunpazarı bölgesini gezmeye



Fotoğraf 29. İlköğretim Öğrencileri Kentpark'ı gezerken



Fotoğraf 30. Turizm Öğrencileri Kurultayı'ndan bir görünüm

gelen ziyaretçilerin Eskişehir genelini görebilmeleri için üzeri açık bir minibüs ile rehberli "sightseeing" turlarının yapılması öngörülmüştü. Proje birtakım nedenlerle uygulanamadı.

TURİZM KİTAPLIĞI

Kısa adı TUGEV olan Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı'na ait kütüphane, 1990'larda turizm disiplininde akademik çalışmalar yürüten hemen herkesin bildiği ve yararlandığı bir yerdi. Kütüphane uzun yıllar, aynı zamanda TUGEV'in de merkezi olan İstanbul'un Beyoğlu semti sınırları içindeki Meşrutiyet Caddesi'nde faaliyet gösterdi. Kütüphanenin olduğu bina 2003 yılında İngiliz Konsolosluk'u'na yönelik terör saldırısı sonrasında önemli oranda hasar gördüğünden, boşaltıldı. TUGEV'in merkezi, Şişli'de bir binaya taşındı. Yeni binada kütüphane için yeterli yer olmadığından kütüphanedeki kitaplar Kalyon Oteli'nin deposuna kaldırıldı ve uzun yıllar orada kaldı. Bu satırların yazarı kütüphanenin durumunu yakından izlediğinden, her karşılaşmalarında dönemin TUGEV Genel Sekreteri Dr. Özen DALLI'ya kütüphaneyi sormayı ihmal etmezdi! 2010 yılında Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin yöneticiliğine atanmasının ardından yine her karşılaşmalarında kütüphanenin Anadolu Üniversitesi'ne bağışlanması konusunu gündeme getirmeye başladı. Bu görüşmelerden birinde Dr. Özen DALLI'dan kitapların Anadolu Üniversitesi'ne bağışlanması sözünü alan bu satırların yazarı, bir yazıyla TUGEV Yönetim Kurulu'ndan kitapları istedi. Çeşitli görüşmelerden sonra Haziran 2013 tarihinde TUGEV Kütüphanesi'ne ait kitapların İstanbul'dan, Kalyon Oteli'nin depolarından 40 büyük koli olarak Eskişehir'e getirilmesi sağlandı.

Kitapların gelmesinden önce Anadolu Üniversitesi Merkez Kütüphanesi ile görüşülerek kitapların kütüphanede okuyucuların hizmetine açılıp açılmayacağı soruldu. Merkez Kütüphane yönetimi başka bir kütüphanenin kaşesi olan kitapların kütüphaneye konulamayacağını söylediğinden, kitapların Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin tarihi Odunpazarı bölgesindeki binasında oluşturulacak bir kitaplık ile hizmete sunulması kararlaştırıldı. Bu amaçla Birim'in giriş katındaki odaya kitaplık rafları yaptırıldı ve kitaplar yerleştirildi.

Kitapların Eskişehir'e getirilip, Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin bir odasına nakledilmesinin ardından, kitapların tasnifinin yapılması çalışmasına başlandı. Öncelikle turizm alanıyla ilgisi olmayan birtakım ders kitapları ayrıldı. Geriye kalan kitaplar TUGEV'in tasnifte temel aldığı düzene bağlı kalınarak raflara yerleştirildi. Bu arada bu satırların yazarının elindeki pek çok kitabı Birim'e vermesi ve Detay Yayıncılık'tan bağışlanan kitaplarla TUGEV'den gelen kitaplara epey sayıda yeni kitap eklendi.

Bütün bu işlerin yapılmasının Temmuz ortalarını bulması ve Birim yönetimine destek olan arkadaşların tatile gitmeleri dolayısıyla, kitapların bilgisayar ortamında tasnif edilmesi çalışmasının Eylül ayına bırakılmasına karar verildi. Ancak, yukarıda da söz edildiği üzere bu satırların yöneticilik görev süresi uzatımının yapılmaması dolayısıyla, tasnif işleri yapılamadı.

BAZI SONUÇLARI

2010-2013 yılları arasında gerçekleştirilen etkinliklerin bir yansıması olarak, Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde yürütülen çalışmalara destek

olan akademisyenlerin çoğunluğunu oluşturduğu bir ekip tarafından iki ayrı proje yaşama geçirildi. Bunlardan biri, geçtiğimiz yıl yayımlanan *Dünden Bugüne Eskişehir'deki 14 İşletmenin Öyküsü* kitabıdır; diğeri ise çalışmaları halen devam eden *Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Projesi*'dir.

1. Dünden Bugüne Eskişehir'deki 14 İşletmenin Öyküsü Çalışması: Eskişehir Kurum/İşletme Tarihi Araştırması, çoğunluğu Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi etkinliklerinde fiilen görev alan öğretim elemanları tarafından sözlü tarih yöntemiyle gerçekleştirdikleri bir çalışmadır. "Dünden Bugüne Eskişehir'deki 14 İşletmenin Öyküsü" başlığı altında Eskişehir Tepebaşı Belediyesi tarafından yayımlanan kitapta Eskişehir'de faaliyet göstermekte olan ve bir dönem faaliyet göstermiş 14 işletmenin öyküleri yer alıyor. Bu işletmeler şu şekilde sıralanıyor: Madam Tadia Oteli, Porsuk Oteli, Emek Otel, Büyük Otel, Has Termal Otel, Mazlumlar Muhallebici, İsmail Ayaz Otobüs İşletmesi, Tatlıdil Köftecisi, Abdüsselam Balaban Kebap, Trakya Lokantası, Birsen Kebap, Pino Hamburger, Yöre Turizm ve Yasin Sucukları.

2. Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Projesi: Çoğunluğunu Birim etkinliklerine destek olan lisansüstü öğrenci ve öğretim elemanlarının araştırmacı olarak yer aldıkları bir projedir. Projede sözlü tarih yöntemiyle Türkiye'de turizmin gelişme dönemine tanıklık etmiş yaklaşık 500 kişi ile görüntü ve ses kayıtlı görüşmelerin yapılması öngörülmüştür. Ekim 2014 tarihi itibarıyla projede 400 kişi ile görüşmeler tamamlanmış, projenin raporlaştırılma çalışmalarına başlanmıştır. Bu proje de Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi etkinliklerinin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır.



Fotoğraf 31. Türk Dünyası Turizm Kurultayı'na katılan bir bölüm öğrenci

GENEL DEĞERLENDİRME

Yukarıda, Anadolu Üniversitesi Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde Kasım 2010 - Eylül 2013 tarihleri arasında gerçekleştirilen etkinliklerin bilgilere ve değerlendirmelere yer verildi. Elbette ki esas değerlendirme, okurlar ve gelecekte kurumların tarihlerini yazacaklar tarafından yapılacaktır.

Yazıda "Birim'in Amaçları" başlığı altında yer verilen açıklamalara bağlı kalarak Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin hedefine ne denli ulaştığını daha iyi değerlendirebiliriz.

1. Birimin birinci amacı, Anadolu Üniversitesi'nin Eskişehir kenti ile bütünleşmesine katkı idi. Bu konuda "başarılı olundu veya olunmadı" demek bu satırların yazarına düşmez! Bunun bizim dışımızdaki kişiler tarafından değerlendirilmesi daha doğru olacaktır. Bununla birlikte, biz bu amaca yönelik etkinlikler yapmaya çalıştık. Konferanslara Eskişehir halkının katılımını sağlamak için epey mücadele ettik, ancak bu katılım istediğimiz gibi olmadı, ne yazık ki. Düzenlenen sokak sergileri ve diğer sergiler ile bunu sağlamaya çalıştık. Öte yandan ilköğretim öğrencilerine yönelik düzenlenen gezi etkinliklerinin amacına ulaştığını gözlerimizle gördük!
2. Öğretim Üyesi Yetiştirme (ÖYP) ile Anadolu Üniversitesi'ne gelen araştırma görevlilerinin uygulamalı çalışmalara katılımlarının sağlanması konusunda epey ilerleme kaydettik. Bir bölüm ÖYP araştırma görevlisi dışında pek çok kişi etkinliklerin yürütülmesine gönülden destek oldu. Öyle umuyoruz ki bu arkadaşlar gittikleri üniversitelerde de benzer etkinlikler gerçekleştireceklerdir.



Fotoğraf 32. Birimi ziyaret eden Bakanlık müşavirleri



Fotoğraf 33. Turizm kitaplığı



Fotoğraf 34. Turizm Öğrencileri Kurultayı'na katılan öğrenciler

3. Lisans düzeyindeki öğrencilere yönelik pek çok etkinlik düzenlendi. Elbette ki bütün öğrencilerin bu etkinliklerden birebir etkilenmelerini beklemek doğru olmaz. Bir bölüm öğrenciye gelişmiş ülkelerde yapılanlara benzer etkinliklerin Türkiye'de de yapılabildiğini gösterebildiğimizi düşünüyorum.
4. Anadolu Üniversitesi turizm programlarına benzerleri arasında bir farkındalık kazandırmak konusunda, en azından niceliksel ve niteliksel bir ilerleme sağladığımızı düşünüyorum. Tabii bu konudaki turizm sektörü ilgililerinin görüşleri önemlidir.

Bu açıklamalara ek olarak, Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin üç yıllık etkinliklerinin,

bu etkinliklerin düzenlenmesinde katkıda bulunan arkadaşlar üzerinde özgüven kazandırdığını somut olarak gözlemledim. Öğretim elemanlarının deneyimleri gelişmiş, her ortamda farklılıklarını göstermişlerdir.

Birim'in, bu satırların yazarına göre en önemli çıktılarında iki araştırma önde gelmektedir. Bunlardan biri "Dünden Bugüne Eskişehir'deki 14 İşletmenin Öyküsü" başlıklı kitapla yayımlanan araştırma; diğeri de "Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Projesi"dir. Bu iki proje de Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin 2010-2013 yılları arasındaki etkinliklerinin ürünleridir.

Birim'de gerçekleştirilen bu etkinliklerin görev süresinin sona ermesini izleyen aylarda başka "sonuçları" da oldu. Öyle sanıyoruz ki, bu "sonuç-



Fotoğraf 35. Kurultay afişi



Fotoğraf 36. Kurultay afişi



Fotoğraf 37. Turizm kitaplığında süreli yayınlar rafı

lar" ileriki yıllarda yayımlayacağımız anılarımızda epeyce yer tutacaktır!..

İKİNCİ GÖREV DÖNEMİ İÇİN PLANLANMIŞ BAZI ETKİNLİKLER

Yukarıda bu satırların yazarının 2010-2013 yılları arasında kalan yöneticilik döneminde gerçekleştirilen etkinlikler yer aldı. Görev süresinin uzatılması söz konusu olsa idi, bu satırların yazarı Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nin "İkinci Dönemi" olarak tanımladığı dönemde de birtakım yeni etkinliklerin gerçekleştirilmesini planlıyordu. Söz konusu etkinliklerden bir kısmı aşağıdaki gibidir:

1. Birinci dönem en fazla talep gören etkinliklere devam edilecekti: 2010-2013 yılları arasında gerçekleştirilen etkinlikler arasından daha fazla ilgi görenlerin devam ettirilmesi planlanmıştır. Elbette ki bunu yaparken söz konusu etkinliklerin koordinasyonunu yapan arkadaşların eğilimleri, karar vermede önemli olacaktır.

2. Turizm Kitaplığı'nın koleksiyonu genişletilecekti: TUGEV'den bağışlanan kitaplara yapılan ilaveler dışında özellikle Ankara'da ikamet eden Turizm Bakanlığı'nın eski yöneticileri (Bakan, Müsteşar, uzman, vb.) ve turizm akademisyenleri tarafından yapılacak kitap bağışları ile mevcut kitaplıktaki kitap sayısının 10 binin üzerine çıkarılması hedeflenmişti. Kitap bağışı yapacak kişilerle ön görüşmeler yapılmış, bağışlanacak kitapların 2013 yılı içerisinde Birim binasına getirilmesi planlanmıştır.

3. Eskişehir hizmet işletmeleri belgeseli yapılacaktır: "Dünden Bugüne Eskişehir'de Faaliyet Gösteren

14 İşletmenin Öyküsü" çalışmasına bağlı olarak, söz konusu işletmelerle ilgili bir belgesel çalışması öngörülmüştü.

4. Turizm Kitaplığı odaklı etkinlikler yapılacaktır. Turizm kitaplığının Eskişehir'e yakın kentlerdeki üniversitelerde turizm ve otelcilikle ilgili eğitim-öğretim gören, araştırma yapanlara yönelik olarak yapılandırılması planlanmıştır. Bu amaçla, hızlı trenin faaliyete geçmesiyle Eskişehir'in Ankara, Konya, Kütahya, Bilecik ve Sakarya gibi illere ek olarak Afyonkarahisar'daki öğrenci ve araştırmacılara hizmet verecek düzeye getirilmesi ve yapılandırılması öngörülmüştü.

5. Araştırma temelli söyleşiler düzenlenecekti: Turizm Kitaplığı'nda turizm alanında araştırma yapan lisansüstü öğrenciler ile öğretim elemanlarına araştırma odaklı çözüm bulmaya dönük söyleşilerin yapılması planlanmıştır.

6. Turizm fuarlarına katılarak Eskişehir işletmelerinin tanıtımı yapılacaktır: Birim kapsamında düzenlenmesi öngörülen etkinliklerden bir diğeri de ülkemizin önde gelen turizm fuarlarına stant kiralınması ile katılarak Eskişehir'in turizm, otelcilik ve seyahat işletmelerinin tanıtımına destek olunması idi.

7. Eskişehir'in gezi haritası hazırlanacaktı: Eskişehir'de gezilecek yerlerin harita üzerinde gösterimine yer verildiği bir gezi rehberi hazırlanması da Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi bünyesinde düzenlenmesi planlanan etkinlikler arasında yer alıyordu.



Fotoğraf 38. Çukurca-Şükranlı köylüleri ile eski eserlerin korunması konulu seminer sonrasında toplu halde



Fotoğraf 39. Mutfak seminerinde Öğr. Gör. Dr. Hüsey Öney ders verirken



KONFERANS NOTLARI

Editör: Osman GÜLDEMİR
E-posta: osmanguldemir@gmail.com

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 25, Sayı 2, Güz: 313 - 321, 2014.
Copyright © 2014 anatolia
Bütün hakları saklıdır
ISSN: 1300-4220 (1990-2014)

Cittaslow Gökçeada “Eko-Gastronomi Kongresi” Ardından

E. Ozan AKSÖZ

Anadolu Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi (ÇOMÜ) ve Güney Marmara Kalkınma Ajansı ortaklığında düzenlenen “Eko-Gastronomi Kongresi” 24-25 Nisan 2014 tarihleri arasında bir sakin şehir (Cittaslow) olan Gökçeada’da gerçekleştirildi. Kongrenin gerçekleştirildiği Gökçeada, özgün coğrafi konumu ve doğal kaynaklarıyla, önemli tarım ve turizm potansiyeline sahip olan Türkiye’nin en büyük adası olması sıfatıyla kongre konusuna ve ruhuna çok uygun bir yerdi. Türkiye’de ilk kez gerçekleştirilen “Eko-Gastronomi Kongresi”nde toplamda yedi ayrı oturumda 39 bildiri sunuldu. Bu kongrede iki temel faaliyet öne çıkmaktaydı. Bunlardan biri eko-gastronomiye ilişkin bilimsel tartışmaları ortaya koymak; diğeri ise eko-gastronomi ilkelerini benimsemiş çiftçiler, üreticiler ve şeflerle atölyeler gerçekleştirmektir. Bu kongrede eko-gastronomik ve geleneksel Gökçeada Mutfağı’nı tanıtmak üzere yapılan ürün tanıtımları da çok büyük ilgi gördü.

Kongrenin açılışında Gökçeada Kaymakamı Muhittin Gürel, Belediye Başkanı Ünal Çetin ve ÇOMÜ Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Şükriye Aras Hisar ve Cittaslow Türkiye Koordinatörü Bülent Köstem ile alanlarında uzman çok sayıda kişi yer aldı. Kongrenin açılış töreninde konuşan Gökçeada Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Müdürü Prof. Dr. Rıdvan Yurtseven, bu kongrenin düzenlenmesinin en önemli amacının “iyi-temiz-adil” ilkesine bağlı kalarak gerçekleşen “Citta slow - Slow food” hareketini tanıtmak ve bilgilendirmek olduğunu söyledi. Prof. Dr. Rıdvan Yurtseven’den sonra sözü alan Rektör Yardımcısı Hisar da yaptığı konuşmada, eko-gastronomi alanında önemli isimlerin sunum yapacağı ve bildirileriyle katkıda bulunacağı bu kongrenin ev sahibi olmaktan mutluluk duyduklarını belirtti.

24 Nisan 2014 günü saat 10:00 itibarıyla kongredeki ilk sunum, “Eko-Gastronomi Kültürü” başlıklı Citta Slow Türkiye Bilim Kurulu Başkanı ve Gökçeada Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Müdürü Prof. Dr. Rıdvan Yurtseven tarafından gerçekleştiril-

di. Kongre boyunca sunumlar tek bir salonda gerçekleştirildi. Bu durum kongreye katılan tüm dinleyicilerin sunumları kaçırmadan izleyebilmeleri açısından önemliydi. Prof. Dr. Yurtseven’den sonra, 150 ülkeden 100 bin üyesi olan ve “konviviüm” olarak adlandırılan, yemek kültürüne sahip çıkmak üzere birlikte çalışan yerel gruplardan oluşan bir ağ olarak varlığını sürdüren Uluslararası Slow Food Konsey Üyesi Defne Koryürek sözü aldı. Koryürek, gıdanın siyasi olduğunu belirten konuşmasında, tüketicilerin harcadıkları paralar ile yerel bir üretimi de destekleyebildiklerini, bunun yanı sıra uluslararası bir ekonomiyi de destekleyebileceklerini bu nedenle harcanan her bir kuruşla gıda endüstrisinin geleceğinin inşa edildiğini belirtti.

Kongrenin ilk gününde, sunumlar dışında adanın lezzetlerinden de örnekler verildi. Ada’da yıllardır Müslüman ve Ortodoks olan iki farklı dinsel ve dolayısıyla kültürel yapının bir arada ve dostça yaşaması, adanın yerel mutfağına da zenginlik katmıştır. Bunun sonucunda, katılımcılar da farklı lezzetler ile tanışma şansı yakalayabilmiştir. Lezzet tadımlarına paralel olarak sunumlar gerçekleştirildi ve sunumlarda yerel lezzetler ve sürdürülebilirlik konuları ön plana çıktı. İlk günkü sunumlardan sonra ise atölye çalışmaları yer aldı.

Kongre’de verilen öğle ve akşam yemeklerinin kongre formatına da uygun olarak doğal ürünlerden yapıldığı dikkat çeken özelliklerden biriydi. Ayrıca, kongrenin düzenlendiği otel ile anlaşmalı olarak yemeklerin yapımı ve sunumunda Gökçeada Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu öğrencilerinin yer alması önemli bir detaydı.

Kongrenin ilk gününde Slow Food ve yerel lezzetlerin ön plana çıktığı sunumlar yer aldı. Kongrenin ikinci gününde ise daha çok Citta Slow başlığı altında yer alan sunumlara yer verildi.

Kongrede, şarap turizminden, Slow fish’e, yerel mutfak örneklerinden, gastronomik mirası ön plana çıkaran sunumlara kadar pek çok konunun ele

alındığı görüldü. Kongrede yer alan çalışmalar teorik olduğu kadar pratik unsurları da kapsamaktaydı. Bu açıdan bakıldığında, çalışmaların çoğu kongrenin de ilk olmasından kaynaklı olarak genelde yerel lezzetlerin tanıtımı ve bu lezzetlerin sürdürülebilir olmasını içeren sonuçlar üzerine kurulan kapsamlı istatistik testlere yer verilmeyen çalışmalardan oluşmaktaydı.

Kongrenin kapanış konuşmasını Gökçeada Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Müdürü Prof. Dr. Rıdvan Yurtseven yaptı. Yurtseven konuşma-

sında, kongrede emeği geçen herkese teşekkürlerini sunarken, gelecek yıl düzenlenmesi planlanan kongrenin Türkiye'nin ilk sakin şehri olan Seferihisar'da yapılmasını düşündüklerini söyleyerek konuşmasını sona erdirdi.

Gönderilme tarihi
Kabul

: 26 Ağustos 2014
: 29 Ağustos 2014

E. Ozan AKSÖZ, Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Yunussemre Kampüsü, 26470, Eskişehir.
E-posta: ozana@anadolu.edu.tr

“Türkiye, İzmir ve Foça Turizmi: 2013 Değerlendirmesi ve Gelecekte Beklentiler” Paneli

Nil SONUÇ

Dokuz Eylül Üniversitesi
Reha Midilli Foça Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

“Turizm Haftası Etkinlikleri” kapsamında “Türkiye, İzmir ve Foça Turizmi: 2013 Değerlendirmesi ve Gelecekte Beklentiler” konulu panel, Dokuz Eylül Üniversitesi Reha Midilli Foça Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu tarafından 17 Nisan 2014 tarihinde İzmir'in şirin ilçesi Foça'da gerçekleştirildi. Geleneksel hale gelen panel bu yıl, Dokuz Eylül Üniversitesi Seferihisar Fevziye Hepkon Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Müdürlüğü, Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği (ETİK), Ege Turizm Derneği ve Foça Belediye Başkanlığı işbirliği ile düzenlendi. Panelin insan kaynakları desteği Reha Midilli Foça Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu öğrenci toplulukları olan TUFAT (Dokuz Eylül Üniversitesi Reha Midilli Foça Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Turizm Faaliyetleri Topluluğu) ile FORVAT (Dokuz Eylül Üniversitesi Reha Midilli Foça Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Foça Rekreasyon ve Animasyon Topluluğu) tarafından sağlandı.

Açılış konuşmasında Önder Kayın'ın da belirttiği üzere, Turizm Haftası, daha verimli bir yıl geçirilmesi dilekleri ile yeni turizm sezonunun açılışının kutlanması amacıyla taşımaktadır. Açılış konuşmalarında ayrıca, Yüksekokul Müdürü Prof. Dr. Avşar Kurgun, bu yıl ilk mezunlarını vereceği, yüksekokuldan fakülteye dönüşüm gibi birçok konuda gelişmeyi Foça halkıyla paylaştı. Ayrıca Foça Belediye Başkanı ve Foça Kaymakamı da açılış konuşmalarında Foça ve turizm sektörü ile ilgili yapılan düzenlemeler ve uygulamaları bildirdiler.

Moderatörlüğünü Prof. Dr. Alp Timur'un (Dokuz Eylül Üniversitesi Mali Koordinatörü ve Dokuz Eylül Üniversitesi Seferihisar Fevziye Hepkon Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Müdürü) üstlendiği programda, Türk panelistlerden Mehmet İşler (ETİK Yönetim Kurulu Başkanı ve TUROFED Başkan Yardımcısı), Türkiye genelinde geçmiş yılın otelcilik ve turizm istatistikleri ve sektörel değerlendirme konularında konuşmasını gerçekleştirdi. Prof. Dr. Metin Kozak (Reha Midilli Foça Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Öğretim Üyesi), turizm sektöründe önem arz eden İstanbul, İzmir ve Muğla gibi illerin sektörel değerlendirilmesi ve kriz yönetimi konularında bu illerde geçmiş yılda ortaya çıkan olayların etki değerlendirmesini yaptı. Bunlar arasında en dikkat çeken gezi olayları ve uluslararası kongre organizasyonları ile turizm sektörü üzerine etkileri konusu olmaktadır. Işıl Dirim Kavitaş (Foça Turizmciler, Yatırımcılar ve Esnaf Derneği Başkanı), Foça'da geçmiş yıla ait turizm sektörel değerlendirmesini yaptıktan sonra “Ev Turizmi” hakkındaki bir sunumu gündeme getirdi.

Bu yıl, panele ilk defa yabancı bir panelist katkıda bulundu. Reha Midilli Foça Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nun Erasmus Partneri Macaristan'daki Edutus College Üniversitesi'nden Prof. Dr. Tibor Sandor tarafından Macaristan'da bulunan Türk Mirası hakkında İngilizce gerçekleştirilen sunum eş zamanlı olarak Türkçe'ye tercüme

edildi. Sunumda doğu kültürüne ait en iyi korunmuş ve en yakın mesafedeki miras zenginliğine Macaristan'ın sahip olduğu belirtildi. Belirtilen miras zenginliği arasında en önemlileri; Osmanlı döneminden kalma türbeler, hamamlar ile camiler olmaktadır. Prof. Dr. Sandor, Macaristan'ın batılı turist için Doğu Avrupa bulunan en yakın ve en güvenli destinasyon olduğunu, burayı ziyaret eden turistlerin bir sonraki ziyaretlerinde Türkiye'yi tercih etmesi açısından Türk-Macar İşbirliği'nin önemini vurguladı.

Panel izleyicilerden gelen soruların yanıtlanması ve katılım sertifikalarının sunulması ile son buldu. İzleyicilerden gelen önemli bir soru konuşmacılardan Işıl Dirim Kavitaş'ın da gündeme getirmiş olduğu termik santraller ve çevre üzerine etkileri konusunda idi.

Gönderilme tarihi

: 22 Nisan 2014

Kabul

: 27 Nisan 2014

Öğr. Gör. Nil Sonuç, Dokuz Eylül Üniversitesi, Reha Midilli Foça Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, 35680 Foça, İzmir.

E-posta: nilsonuc@gmail.com

IV. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu'nun Ardından...

Şule ÇÖLBAY

Necmettin Erbakan Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Bu yıl dördüncüsü düzenlenen Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014 tarihleri arasında Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi'nde gerçekleştirildi. Çukurova Üniversitesi'nin ev sahipliğini yaptığı IV. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu'nun ilki ve ikincisi Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, üçüncüsü ise Konya Selçuk Üniversitesi organizatörlüğünde düzenlenmiştir.

Sempozyumun başlıca amacı; geçmişten gelen önemli sosyal ve kültürel miraslarımızdan biri olan geleneksel gıda ürünlerimizin korunması ve devamlılığının sağlanması; ulusal ve yöresel ölçeklerdeki geleneksel gıda ürünlerin belirlenerek, envanterlerinin çıkarılmasının yanı sıra hijyenik koşullarda ve modern endüstriyel yöntemlerle üretilerek tüketiciye güvenli gıda olarak sunulmasının sağlanması ve geleceğe taşınması için ilgili akademik çalışmaların farklı disiplinlerden katılımcılarla paylaşılmasıdır. IV. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu bilim insanları ile kamu kurumları ile özel sektör temsilcilerinin bir araya gelmesini sağlamış, ayrıca disiplinlerarası çalışmalarının planlanması yoluyla genç araştırmacıların alanlarında uzman bilim insanlarıyla tanışma ve fikirlerini tartışabilme olanağı sunmuştur.

"Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü", "TMMOB Gıda Mühendisleri Odası" ve "TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası" işbirliği ile düzenlenen sempozyuma yaklaşık 600 akademisyen, sanayici, gıda sektörüne katkı sağlayan diğer meslek grupları ve öğrenciler katılmıştır. Sempozyumda 24 sözlü,

428 poster olmak üzere toplam 452 bildiri sunulmuştur.

Toplam altı oturumda gerçekleştirilen sempozyumun açılış konferansında, "Anadolu'da Kültürünün 3500 Yıllık Geçmişi" ile ilgili bilgiler Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi, Arkeoloji Bölümü'nden Tunç SİPAHİ tarafından aktarılmıştır. Oturum başlıkları bilim kurulu tarafından "geleneksel gıdalar ve sağlık", "geleneksel gıdalar ve gıda güvenliği", "geleneksel gıdalarda izlenebilirlik ve pazarlama", "geleneksel gıdalar ve coğrafi işaretleme", "geleneksel gıdalar, politikalar ve kırsal kalkınma", "geleneksel gıdalar teknolojisi" şeklinde belirlenmiştir. Sempozyumda; "geleneksel gıdalarda gıda güvenilirliğinin sağlanması", "geleneksel gıdaların ülkesel ve bölgesel boyutta kırsal kalkınmadaki yeri", "geleneksel gıdalar ve markalaşma", "geleneksel gıdaların dayandığı geleneksel tarım ürünleri", "geleneksel gıdaların tanıtımı, reklamı ve rekabete karşı korunmalarının sağlanması", "geleneksel gıdalar ve gıda mevzuatı/ülke politikaları", "geleneksel gıdalarda izlenebilirlik", "toplumda geleneksel gıda algısı", "geleneksel gıdaların iç-dış pazar şansı ve ekonomiye katkısı", "geleneksel gıdalar, coğrafik işaretleme ve tescil", "geleneksel gıdalar ve organik tarım", "geleneksel gıdaların şekillenmesinde coğrafi ve kültürel öğelerin yeri" ve "geleneksel teknolojiler" konuları irdelenmiştir.

Sempozyum kapsamında düzenlenen panel ile sektörel uygulamalarda karşılaşılan problemler

ler ve geleneksel gıdaların endüstriyelendirilmesi konusunda hem özel sektör temsilcileri hem kamu kurumları ve akademisyenlerin fikirlerini paylaşım tartışabilme olanağı sağlanmıştır.

Sempozyuma dair tüm duyurular katılımcılara IV. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu resmi internet sitesi ve e-posta yoluyla iletilmiştir. Sempozyum boyunca Adana'ya özgü geleneksel ürünlerin tanıtılması amacıyla kurulan stantlar katılımcılara bilgi vermiş ve tadımlar yaptırılmıştır. Bu stantlarda Adana şalgam suyu, cezerye çeşitleri, yöreye özgü el sanatları çalışmaları, portakal ve portakaldan yapılan ürünler, çeşitli yayın kuruluşları yer almıştır. IV. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu'na Adana Ticaret Odası, Adana Sanayi Odası, Anavarza Bal, Sunar Grup, NÜD, Polenfood, Adana Büyükşehir Belediyesi, Adana Ticaret Borsası, TÜGİS, Çayçiftlik, Çukurova Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü Mezunları, Hacının Şalgamı, İNTERLAB gibi kamu ve özel kuruluşları sponsorluk yapmıştır. Sempozyumun sosyal programı dahilinde yenen gala yemeğinde Adana'ya özgü lezzetlerin tanıtımı yapılmıştır. Sempozyumun amacıyla birbir örtüşen bir gala yemeğinin organize edilmiş olması, katılımcıların Çukurova'nın zenginliğiyle buluşmasına olanak sağlamıştır. Katılımcılara Adana şehir turu fırsatı sağlanarak kültürel dokuya ve tarihi zenginliğe vurgu yapılmıştır. Sempozyuma katılan misafirler için çeşitli konaklama ve ulaşım hizmetleri sunularak katılımcıların sempozyum süresi boyunca bilimsel ve sosyal programlara verimli katılımı sağlanmıştır.

IV. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu sonucunda şu önerilerde ve tespitlerde bulunularak sonuç bildirisi hazırlanmıştır:

- Gıdalar, ulusal kimliklerin yaşatılmasında ve ülkelerin tanıtımında önemli bir yer tutmaktadır.
- Gastronominin, ülkelerin turizmine katkısı tartışılmaz bir konudur.
- Tüketicilerin yaşam biçimlerinin değişmesi-

ne bağlı olarak yeni tatlar, yeni ürünler, güvenli gıda, daha az işlenmiş ve daha az katkı içeren gıdalar talep etmeleri nedeniyle, gerek ulusal ve gerekse uluslararası pazarlarda, geleneksel gıdaların önemi giderek artmaktadır.

- İçinde bulunduğumuz yüzyılda kırsal kalkınma gıda ve tarım sektörünün en önemli konu başlıklarından biri haline gelmiştir.
- Geleneksel ürünler açısından zengin ve önemli avantajlara sahip olan ülkemizde bu ürünlerin doğru kullanımı ve bozulmadan değerlendirilmesi önem arz etmektedir.
- Geleneksel gıdaları, özelliklerini bozmadan endüstriyel üretime adapte etmek; risk ve olmazsa olmaz kriterlerini belirlemek, bu konudaki mevzuatı oluşturmak ve mevzuata uygun şekilde ve geleneksel tat ve görünümü bozmadan üretmek oldukça güçtür. Bu nedenle, günümüzde tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de bu zorlukların aşılması için sarf edilen çaba artarak devam etmelidir.
- Geleneksel gıdaların yerinde endüstriyel üretimini sağlamak için özendirici politikalar oluşturulmalıdır.
- Geleneksel gıdalarımızı korumanın ve dünyaya tanıtımının en önemli yolu, bu ürünlerin kayıt altına alınması ve güvenilir şekilde üretilmeleridir.
- Coğrafi işaret, ürünün kendine has özelliklerini koruyarak, ulusal ve uluslararası düzeyde tanınmasını ve korunmasını sağlamaktadır. Ayrıca coğrafi işaret, geleneksel gıdaların üretiminde sürdürülebilirliğin en önemli teminatlarından biridir. Ülkemizde bu sistemin önemli eksikleri bulunmaktadır. Coğrafi işaretleme ve denetimi konusunda ulusal ve uluslararası düzeyde gereken adımlar atılmalıdır.

Gönderilme tarihi

: 01 Ağustos 2014

Kabul

: 06 Ağustos 2014

Şule ÇÖLBAY, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Karacıhan Mahallesi, Ankara Caddesi, No:74, 42050, Karatay, Konya
E-posta: sule_colbay@hotmail.com

III. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi'nin Ardından

Dönüş ÇİÇEK

Anadolu Üniversitesi
Eskişehir Meslek Yüksekokulu

Temel amacı turizmin disiplinlerarası özelliğini vurgulamak ve bu yönde yapılacak çalışmaları des-

telemek olan, 2010 yılından bu yana düzenlenen *Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi'nin*

üçüncüsü bu yıl Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi'nin bilimsel ev sahipliğinde ve *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*'nin organizasyonunda 03-06 Nisan 2014 tarihleri arasında gerçekleştirildi. Aydın- Kuşadası'nda yer alan Fantasia De Luxe Otel'de gerçekleştirilen kongrede açılış töreni ve konuşmalarının ardından *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi* tarafından 2008 yılında başlayan ve geleneksel olarak turizm eğitime ve araştırmalarına katkıda bulunanlara verilen Turizm Eğitime Hizmet Ödülleri plaket töreni yapıldı. Turizm Eğitime Hizmet Plaketi; Çankaya Üniversitesi'nden Prof. Dr. Hasan Işın Dener, Dokuz Eylül Üniversitesi'nden Prof. Dr. Alp Timur ve Prof. Dr. Öcal Usta, Adnan Menderes Üniversitesi'nden Prof. Dr. Bahattin Rızaoğlu, bibliyografya uzmanı Bülent Ağaoğlu ve ülkemizde akademik düzeyde ilk turizm eğitimi alan Dr. Tunay Akoğlu'na takdim edildi.

III. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi'nde 39 farklı kurum ve 142 farklı yazara ait turizm tarihi, seyahatler ve seyahatnameler, 1964 yılından bu yana ülkemizde turizm alanındaki kurumsal gelişmeler ve turizmde sözlü tarih ile ilgili çalışmaları kapsayan üçü poster bildiri olmak üzere toplam 99 bildiri sunuldu. Dört salonda 25 paralel oturumla gerçekleştirilen kongrede coğrafya, mimarlık, peyzaj mimarlığı, hukuk, ekonomi, pazarlama, arkeoloji, sosyoloji, tarih, iletişim, halkla ilişkiler, bilgisayar mühendisliği, istatistik gibi farklı disiplinlerden akademisyenlerin çalışmaları yer aldı. II. Disiplinlerarası kongrenin 15 paralel oturumla gerçekleştirildiği ve 145 yazara ait toplam 72 bildiri sunulduğu dikkate alındığında disiplinlerarası kongreye ilginin arttığı söylenebilir. Turizm,

yapısı itibarıyla birçok bilim dalının ve uzmanlık alanının doğrudan veya dolaylı olarak etki alanı içerisinde bulunmakta, turizmin çeşitli bilim dallarının kuramsal açıklamalarına referans verilmeden anlaşılması ve gelişmesi de mümkün olamamaktadır. Bu bağlamda Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi turizm araştırmalarının disiplinlerarası bir yaklaşım çerçevesinde incelenmesine ve farklı disiplinlerden akademisyenlerle birlikte çalışmaların turizm olgusunun daha iyi anlaşılmasına önemli katkıları olan bir kongre olmuştur.

III. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi'nin hem Akademik kurumsallaşmanın 50. yılına, hem Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nun 40. yılına hem de *Anatolia: Turizm araştırmaları Dergisi*'nin 25. yayın yılına tekabül etmesi açısından önemli olup bu kapsamda kongrede iki kategoride ödül verildi. En İyi Disiplinlerarası Bildiri Ödülü, Murat Yetkin ve Engin Üngüren tarafından hazırlanan "Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Otel Değerlendirme Sitelerine Yönelik Tutumları" başlıklı bildiriye verildi. 1990 yılında yayın hayatına başlayan ve bu yıl 25. Yayın yılını kutlayan *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi* için verilen 25. Yıl Özel Ödülü, Yrd. Doç. Dr. Zeynep Tuna Ultav ve Yrd. Doç. Dr. Gökçe Savaşır tarafından hazırlanan "Uludağ Büyük Otel" başlıklı bildiriye verildi.

Gönderilme tarihi

: 04 Temmuz 2014

Kabul tarihi

: 05 Ağustos 2014

Öğr. Gör. Dönüş ÇİÇEK, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir Meslek Yüksekokulu, Yunusemre Kampüsü, 26470, Eskişehir.

E-posta: dcicek@anadolu.edu.tr

Önemli buluşmanın 2014 sürümünün ardından...

Türkiye her iki yılda bir, dünyanın önde gelen turizm araştırmacılarının katıldığı ve dünyanın 50'yi aşkın farklı ülkesinden çeşitli yaş ve düzeylerde akademik araştırmacısını bir araya getiren eş zamanlı iki konferansa ev sahipliği yapmaktadır: VII. Uluslararası Lisansüstü Turizm Araştırmaları Konferansı (7th World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure) ile III. Disip-

linlerarası Turizm Araştırmaları Konferansı (3rd Interdisciplinary Tourism Research Conference). *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi* Eş-editörleri Metin Kozak ve Nazmi Kozak'ın liderliğindeki takımların çalışmaları ile düzenlenen konferanslar bu yıl, 3-8 Haziran 2014 tarihlerinde İstanbul Kadir Has Üniversitesi'nde gerçekleşti.

Hanım Kader ŞANLIOZ ÖZGEN

Özyeğin Üniversitesi
Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

Türkiye turizminin istikrarsız, sürekli devinen, güvensizlik hissi veren gidişatına karşın, yaklaşık 15 yıldır süren bu önemli organizasyon, bu yıl da ABD'den Zimbabwe'ye, Güney Afrika'dan İngiltere'ye, Malezya'dan Slovakya'ya, Hırvatistan'dan Çin'e kadar birbirine uzak ama yakın ülkelerden turizmi ve dinamiklerini anlamaya çalışan 265 katılımcıyı bir araya getirdi. Bu konferanslar, gerek yaşta gerekse zihinde genç araştırmacıların, turizm ile ilgili akademik düzeyde güncel tartışma konularını keşfetmeleri, kendi araştırmaları hakkında fikir almaları, uluslararası alanda yayın yapma olanaklarını yakalamaları için önemli fırsatlar sunan bir bilim şöleni. Her geçen yıl artan ilgiye yanıt veren içerik kalitesiyle turizm araştırmacılarının iki yıl sonraki bahar aylarında şimdiden ajandalarına not aldıkları önemli bir tarih. Bu yılki buluşmada da özellikle düzenlenen paneller kapsamında turizmin bilimsel yönleri, araştırma pratikleri ve tabii ki sektör ile kaynaşması tartışıldı. Dünyanın en önemli akademik turizm dergilerinin editörleri, önümüzdeki yıllarda dikkat çekecek araştırma konularının yanında, sektör ile yakınlaşmanın yollarını, araştırmaların pratik yaşama sağlanması gereken katkıları masaya yatırdılar.

2014 buluşması, alanında yetkinlikleri tartışılmaz ve dünya çapında tanınan akademik araştırmacıların bir araya geldiği üç önemli panele de sahne oldu. Açılış paneli özelliği de taşıyan ilk oturumda, Jafar Jafari (Wisconsin Üniversitesi, ABD) moderatörlüğünde söz alan konuşmacılar David Airey (Surrey Üniversitesi, İngiltere), Cathy Hsu (Hong Kong Politeknik Üniversitesi, Çin), Muzaffer Uysal (Virginia Tech Üniversitesi, ABD) ve Yvette Reisinger (Gulf Üniversitesi, Kuveyt), turizm araştırmaları, iş gücü ve eğitimindeki cinsiyet değişimini tartıştılar. Toplumsal değişimler paralelinde, turizm ile ilgili tüm ortamlarda kadınların giderek artan rolü yanında, ülkeler ve kültürler göre yaşadıkları sınırlılık ve sorunlar da panel sırasında üzerinde durulan konular oldu. Panelin sonunda ana fikir olarak, turizmin her alanındaki araştırmalarda özellikle kadınların hangi etkilere maruz kaldıklarına dair çalışmaların artırılması gerekli olduğu ifade edildi ve bu konuda yayın olanakları genç araştırmacılara hatırlatıldı.

Yine Jafar Jafari tarafından yönetilen ikinci panelde ise Muzaffer Uysal (Tourism Analysis) ve Cathy

Hsu (Journal of Teaching in Travel and Tourism) yanında bu kez SooCheong Shawn Jang (International Journal of Tourism Sciences) ile Metin Kozak (Anatolia) olmak üzere dört konuşmacı tarafından akademik dergilerde yayın yapma konuları, gelecek için zorluklar ve öneriler ele alındı. Konuşmacıların hepsinin turizm alanındaki önemli akademik dergilerin editörleri olduğu bu oturumda, genç araştırmacıların yayın yapmayla ilgili her türlü sorularını yanıtlamaya ve endişelerini gidermeye yönelik önemli bilgiler verildi ve taktikler tartışıldı. Vurgulanan konular arasında, güncel ve yeni konularda araştırma yapmak kadar, araştırmacının gerçekten ilgisini çeken konuları ele alması gerektiği, bireysel yayınlar kadar, araştırmacının takımla çalışabilme yeteneğini gösteren çok yazarlı yayınların da önemli olduğu, akademik yayınların sektörün de yararlanabilmesi için en önemli noktaları içeren özetler şeklinde de yayınlanması gerektiği yer aldı.

Konferansların son panelinde ise moderatörlük görevini bu kez Brian Archer (Surrey Üniversitesi) üstlendi. Disiplinlerarası çalışmaların ve sonuçlarının tartışıldığı panelde, Stephen Smith (Guelph Üniversitesi, Kanada), Pauline Sheldon (Hawaii Üniversitesi, ABD), Bob McKercher (Hong Kong Politeknik Üniversitesi, Çin) ve Chekitan Dew (Cornell Üniversitesi, ABD) konuşmacı olarak yer aldılar. TEFI'nin (Tourism Education Futures Initiative – Turizm Eğitiminin Geleceği Girişimi) kurucularından olan Pauline Sheldon'un ilk olarak söz aldığı panelde, diğer konuşmacıların da desteklediği üzere, disiplinlerarası çalışmalar için çok uygun bir alan olan turizm ile farklılıkların ortak zeminde buluşturulabileceği ve daha iyi bir dünyaya doğru dönüşümde turizmin diğer bilimlerle yoğun ilişkisinin fırsatlar sunduğu vurgulandı.

Öncekilerde de olduğu gibi, 2014 yılında da araştırmacıları teşvik etmek amacıyla çeşitli kategorilerde ödüller verildi. Her ne kadar özel nedenleri ile konferansa katılmamış olsa da özellikle turizm sosyolojisi ve tüketici davranışları alanındaki çalışmaları ile önemli bilimsel katkılarda bulunan Abraham Pizam, adına verilen başarı ödülü ile konferansta yer almış oldu. Bu ödül, yeni bir kurumsal kültür ölçeği geliştirme üzerine yaptığı Doktora tezi ile Macau Üniversitesi'nden (Çin) Ali Bavik'e verildi. Brian Archer adına düzenlenen diğer bir başarı ödülüne ise kitle iletişimi yaklaşımı ile taşı-

ma kapasitesinin belirlenmesine yönelik bildirileri ile Hong Kong Politeknik Üniversitesi'nden Steve Pan ve Barry Mak layık görüldü. Diğer ödülleri alan araştırmacılar ise konferansta sundukları aşağıdaki çalışmalarını akademik dünya ile paylaşmış oldular:

En iyi yüksek lisans tezi ödülü: Julia Giddy (Nelson Mandela Üniversitesi, Güney Afrika), İnsan – Çevre Etkileşiminin Doğa Temelli Macera Turizmi Üzerindeki Etkisi;

En iyi doktora tezi ödülü: Oliver Chikuta (Midlands State Üniversitesi, Zimbabve), Zimbabve ve Güney Afrika'daki Ulusal Parklar için Evrensel Erişim Çerçevesinin Geliştirilmesi;

Anatolia Dergisi 25. yıl özel ödülü: Tarık Doğru, Ercan Sarıkaya (South Carolina Üniversitesi, ABD) ve Muzaffer Uysal (Virginia Tech Üniversitesi, ABD), Dinamik Panel Veri Kullanarak Türkiye Seyahat Pazarının Yurtdışına Yönelik Turizm Talebinin Modellenmesi.

Teşvik ve başarı ödülleri yanı sıra, Abraham Pizam ve Brian Archer'a turizm araştırmalarına yaptıkları katkılardan dolayı ödül plaketi verildi. Ayrıca düzenlendiği ilk yıldan itibaren, düzenli olarak bildiri ile katılımda bulunan Türk ve yabancı katılımcılara da teşekkür plaketi sunuldu.

Bu tür uluslararası buluşmalarda, paneller ve oturumların yanı sıra oluşan çeşitli sosyal ortamlarda, etkileşimlerde bulunma, yeni tanışıklıklar elde etme, yeni araştırma konuları belirleme ve araştırma deneyimlerini paylaşma fırsatları da sunulmaktadır. Diğer yıllarda olduğu gibi 2014 yılında da araştırmacılar bu yönde çok sayıda olanakla karşılandılar. Bir panelde de üzerinde durulduğu üzere, dile getirilen sıkıntılardan biri de akademi-endüstri iş birliğinde gerçekleştirilen çalışmaların azlığı yönündeydi. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, endüstrinin araştırmalara karşı mesafeli bakış açısının, gereksiz ya da maliyetli olduğuna dair ön yargılarının akademisyenlerin araştırma sahası bul-

malarını zorlaştırdığı, katılımcılar arasında paylaşılan sorunlardan biriydi. Bununla beraber, akademinin araştırma sonuçlarını yeteri kadar endüstri ile paylaşmaması ya da endüstrinin önceliklerini de dikkate alarak araştırma konularını belirlememele-ri de sorunların diğer tarafındaki yansımaları olarak dile getirildi.

Son olarak, bir noktaya daha dikkat çekmekte yarar vardır: Turizmin yükselen yıldızlarında turizm araştırmalarına verilen değer. Son birkaç yıldır Dünya Turizm Örgütü başta olmak üzere, uluslararası turizm örgütleri, turizmin yükseliş eğilimlerinin Asya Pasifik Bölgesi odaklı gerçekleştiğini istatistiklerle ortaya koymakta ve değerlendirmelerinde vurgulamaktadırlar. Bu bölgede en dikkat çekici ülke ise Çin olmakla birlikte, onu Hindistan, Tayland, Yeni Zelanda, Avustralya izlemektedir. Konferanslara başta Hong Kong ve Macau olmak üzere Çin'in değişik kesimlerinden ve bahsettiğimiz diğer ülkelerden çok sayıda araştırmacının olması dikkate değer bir durumdur. Böylece, gelişmeyle birlikte, bilime yatırım, araştırmaya teşvik olanakların da paralel ilerlediği ve ülkelerin bilginin egemen kılan gücünü turizm alanında da keşfetmek adına gerekli çabaları gösterdikleri gözlemlenmektedir.

Yararlı pek çok paylaşımın yer aldığı ve bilimsel katkıların somutluk kazandığı, hem lisansüstü hem turizm disiplini hem de disiplinlerarası çok sayıda araştırmacının ilgilileri ile buluştuğu eşzamanlı bir konferans dizisi daha genel olarak bu notları kaydederek son bulmuş oldu. Bir sonraki buluşmanın, 2016 yılında yine Türkiye'de bu kez bir başka turizm merkezinde gerçekleşeceği notu şimdiden ajandalara kaydedildi.

Gönderilme tarihi

: 19 Haziran 2014

Kabul tarihi

: 22 Haziran 2014

Öğr. Gör. Hanım Kader ŞANLIOZ ÖZGEN, Özyeğin Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, 34794, Çekmeköy, İstanbul
E-posta: kader.sanlioz@ozyegin.edu.tr

VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi'nin Ardından

Kübra AŞAN

Anadolu Üniversitesi
Açıköğretim Fakültesi

Ulusal düzeyde turizm alanının önemli bilimsel etkinlikleri arasında yer alan *Lisansüstü Turizm*

Öğrencileri Araştırma Kongresi, 3-6 Nisan 2014 tarihlerinde Kuşadası'nda, Fantasia Deluxe Otel'de ger-

çekleştirilmiştir. Bu sene yedincisi düzenlenen kongre, 2002 yılından bu yana iki yılda bir yapılmaktadır. Kongre, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi ve Dokuz Eylül Üniversitesi işbirliğiyle organize edilmiştir. Kongrede Türkiye’de turizm ve ilişkili olduğu bilim dalı ve alanlarında lisansüstü çalışma yapan öğrencilerin akademik gelişmelerine katkıda bulunmak, aralarındaki iletişimi geliştirmek amaçlanmıştır. Ayrıca kongre, yine Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi’nin, bu kez Adnan Menderes Üniversitesi ile işbirliği ile gerçekleştirdiği III. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi ile eşzamanlı olarak gerçekleştirilmiştir. Bu açıdan kongre, farklı disiplinler ve turizm araştırmacıları arasında sağlanacak etkileşimin desteklediği değerli bir etkinlik olmuştur.

Etkinlikte çalışmalar, dört farklı salonda eş zamanlı olarak gerçekleştirilen 25 oturumda, üç farklı bölüm dâhilinde sunulmuştur. Bunlardan ilki, Türkiye’de yüksek lisans ve doktora düzeylerinde, turizm ve ilgili alanlarda hazırlanmakta olan ve tamamlanmış olan tez çalışmalarının bulunduğu “Lisansüstü Tezler Bölümü”dür. Bu bölümde altı tamamlanan, dokuz hazırlanmakta olan doktora tezi; 19 tamamlanan ve sekiz hazırlanmakta olan yüksek lisans tezi yer almıştır. Turizmle ilgili olmak kaydıyla herhangi bir konu sınırlamasının olmadığı “Araştırma Bildirileri Bölümü” kapsamında ise 48 araştırma sunulmuştur. Son olarak “Poster Bildiriler Bölümü” altında bir poster bildiri sergilenmiştir.

Ödüller

Kongrede bir gelenek olarak, seçici kurullar tarafından belirlenen nitelikli bilimsel çalışmalar, araştırmacılarını onurlandırmak ve teşvik etmek üzere ödüllendirilmiştir. “Yüksek Lisans Tezi Teşvik Ödülü”, “En İyi Yüksek Lisans Tezi Ödülü”, “Doktora Tezi Teşvik Ödülü”, “En İyi Doktora Tezi Ödülü”, “En İyi Araştırma Bildirisi Ödülü”, “Çelik Gülersoy Özel Ödülü” kategorilerinde verilen ödüllerin detayları şu şekildedir:

- “Yüksek Lisans Tezi Teşvik Ödülü”: Emrullah TÖREN, Anadolu Üniversitesi, “Diasporaların Anavatan Ziyaretleri: Almanya Türk Federasyon Türkiye Kültür Gezisi 2013 Üzerine Bir Alan Araştırması” başlıklı tezi ile;
- “En İyi Yüksek Lisans Tezi Ödülü”: Gözde TÜRK TARHAN, Anadolu Üniversitesi, “Türkiye’de

Turizm Pazarlaması Alanyazınının Gelişim Süreci (1990-2012)” başlıklı tezi ile;

- “Doktora Tezi Teşvik Ödülü”: Selin YILDIZ, Yıldız Teknik Üniversitesi, “Türkiye’de Turizm Tesislerinde Evrensel Tasarım İlkeleri Üzerine Bilgi Geliştirilmesi, İstanbul Örneğinde İrdeleme” başlıklı tezi ile;
- “En İyi Doktora Tezi Ödülü”: Dr. Kenan KARAGÜL, Süleyman Demirel Üniversitesi, “Turistlerin Otellere Dağıtım Problemine Bir Çözüm Önerisi ve Alanya’da Bir Uygulama” başlıklı tezi ile;
- “En İyi Araştırma Bildirisi Ödülü”: Yrd. Doç. Dr. Çağrı Hale ÖZEL, Anadolu Üniversitesi, “Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi’nin Süreli Yayın Olarak Gelişiminin Sözlü Tarih Yöntemiyle İncelenmesi” başlıklı bildirisi ile;
- “Çelik Gülersoy Özel Ödülü”: Kübra AŞAN, Anadolu Üniversitesi: “Doğa Deneyimleri, Açık Alan Rekreasyon Güdülleri ve Tatil Aktivite Tercihleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi” başlıklı tezi ile ödül aldılar.

Turizm Eğitime Hizmet Ödülleri

Kongrede 2008 yılından bu yana, turizm araştırmalarına ve incelemelerine katkıda bulunmuş kişilere teşekkür niteliğinde verilen, “Turizm Eğitime Hizmet Ödülleri” bu sene de sahiplerini bulmuştur. Ödül alan isimler şu şekildedir; Çankaya Üniversitesi öğretim üyesi Prof. Dr. Hasan Işın DENER, Dokuz Eylül Üniversitesi öğretim üyesi Prof. Dr. Alp TİMUR, Dokuz Eylül Üniversitesi öğretim üyesi Prof. Dr. Öcal USTA, Adnan Menderes Üniversitesi öğretim üyesi Prof. Dr. Bahattin RIZAOĞLU, bibliyografya uzmanı Bülent AĞAOĞLU ve araştırmacı Dr. Tunay AKOĞLU.

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi 25. Yıl Özel Ödülü

Kongrenin bugüne dek daimi düzenleyicisi olan Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi’nin 25. yayın yılının kutlanması sebebiyle etkinlik ayrı bir önem taşımaktadır. Yayın yaşamına 1990’da başlayan derginin 25. yayın yılı yapılan törenle kutlanmış ve dergiye katkıda bulunanlara plaket verilmiştir. Ayrıca bu seneye özel olarak kongrede verilen bilimsel ödüllere ek olarak “Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi 25. Yıl Özel Ödülü” verilmiştir. İzmir Ekonomi Üniversitesi’nden Yrd. Doç. Dr. Zeynep TUNA ULTAV ve Dokuz Eylül Üniversitesi’nden Yrd. Doç. Dr. Gökçe SAVAŞIR’ın ortak çalışması olan “Uludağ Büyük Otel” başlıklı araştırma “Ana-

tolia: Turizm Araştırmaları Dergisi 25. Yıl Özel Ödülü"ne layık görülmüştür.

Kongrede genç akademisyen ve öğrencilerin yanı sıra turizm alanının gelişimine katkı sağlayan çok sayıda kıymetli hocanın buluşmasına imkân sağlanmıştır. Bu bakımdan etkinlik, akademik iletişimi güçlendirdiği gibi farklı nesiller arasındaki kazanımı da artırmaktadır. Ayrıca lisansüstü tez çalışmalarının merkezi öneme sahip olması kongreyi, akademinin ihtiyaç duyduğu nitelikli ve idealist araş-

tırmacıların desteklenmesi için önemli bir platform haline getirmektedir. Özellikle lisansüstü eğitime olan talebin oldukça arttığı günümüzde etkinlik, alanın nabzının tutulması için imkân sağlamaktadır.

Gönderilme tarihi

: 15 Temmuz 2014

Kabul

: 07 Ağustos 2014

Araş. Gör. Kübra AŞAN, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Yunussemre Kampüsü, 26470, Eskişehir

E-posta: kasan@anadolu.edu.tr



TÜRKÇE MAKALE DİZİNİ

Hazırlayan: Deniz KARAGÖZ
E-posta: dkaragoz@anadolu.edu.tr

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 25, Sayı 2, Güz: 322 - 325, 2014.
Copyright © 2014 anatolia
Bütün hakları saklıdır
ISSN: 1300-4220 (1990-2014)

EĞİTİM

Çarıkcı, İ. H. ve Erdoğan Morçin, S. (2014). Önlisans Turizm Öğrencilerinin Kariyer Değerleri: Sarıkamış Örneği, *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi (EJOIR)*, 2: 67-81.

Kurnaz, A., Akyurt Kurnaz, H. ve Kılıç, B. (2014). Önlisans Düzeyinde Eğitim Alan Aşçılık Programı Öğrencilerinin Mesleki Tutumlarının Belirlenmesi, *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32: 41-61.

Solmaz, S. A., Aksoy, Ö., Şengül, S. ve Sarıışık, M. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Turizm Lisans ve Ön Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(26): 41-55.

Summak, M. E. (2014). Turizm Sektörüne Yönelik Eğitim Alan Öğrencilerin İletişim ve Empatik Becerilerine İlişkin Bir Araştırma, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31: 131-137.

EKONOMİ

Aydemir, B., Saylan, U. Ve Aydoğmuş, F. (2014). Turizmde Rekabet: Seyahat ve Turizm (T&T) Rekabet Edebilirlik Raporunda Türkiye'nin ve Avrupa'nın Değerlendirilmesi, *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 18(1): 1-15.

Çuhadar, M. (2014). Muğla İline Yönelik Dış Turizm Talebinin Modellenmesi ve 2012-2013 Yılları İçin Tahminlenmesi, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 6(12):1-22.

Erkan, B., Kara, O. ve Harbaloğlu, M. (2014). Türkiye'de Turizm Gelirlerinin Belirleyicileri, *Akademik Bakış*, 39: 1-20.

Uğuz Çelik, S. (2014). Türkiye'de Cari İşlemler Dengesi ve Turizmin Önemi, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(26): 18-22.

FINANS

Ayaydın, H. Ve Durmuş, S. (2014). Cinsiyet Farklılığının Şirket Finansman Yapısı ve Finansal Performansı Üzerindeki Etkisi: Teorik Bir İnceleme, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2):28-41.

Ecer, F. ve Günay, F. (2014). Borsa İstanbul'da İşlem Gören Turizm Şirketlerinin Finansal Performanslarının Gri İlişkisel Analiz Yöntemiyle Ölçülmesi, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(1):35-48.

Kuzucuoğlu, A. H. (2014). Kültürel Miras Sektöründe Risk Transferi, *Akademik Bakış*, 44.

İNSAN KAYNAKLARI

Akçay Dünder, A. (2014). Örgütsel Çekicilik Bağlamında Otel İşletmelerini Rakiplerinden Ayıran Özellikler, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1):175-186.

Aslan, Z. (2014). İşgörenlerin Tükenmişlik Düzeylerinin İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisi: İstanbul'daki Seyahat Acentalarında Bir Araştırma, *Neveşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(2): 19-40.

Aslaner, E., Erol, G. ve Boylu, Y. (2014). Konaklama İşletmelerinde Nepotizm ve Örgütsel Adalet Algısı Üzerine Bir Araştırma, *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32: 62-77.

Demirci, M. K. (2014). Sivil Toplum Kuruluşlarında Hizmetkâr Liderlik Davranışı Düzeyinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma: Turizm Sektörü Örneği, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 6(1): 177-184.

Erdem, B. ve Gezen, T. (2014). Turizm İşletmelerine Yönelik İş İlanlarının İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(21):19-42.

Ersoy, A. (2014). Kültürel Zekânın Kültürlerarası Liderlik Etkinliği Üzerindeki Rolü: Konaklama İşletmelerinde Nitel Bir Araştırma, *Journal of Yaşar University*, 9(35): 6099-6108.

Kaplan, M., Çetinkaya, A. Ş. (2014). Sanal Kaytarma ve Demografik Özellikler Açısından Farklılıklar: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2014,25(1):26-34.

Kaptangil, K. ve Kaptangil, İ. (2014). Yabancı İnsan Kaynakları Yönetimi Alanyazınında Bilgi Yönetimi Kavramının İçerik Analizi İle İncelenmesi, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, XVI(1): 67-85.

Mısırdalı Yangil, F., Baş, M. ve Aygün, S. (2014). Genel ve Örgütsel Sinisizm Bağlamında Otel Çalışanları Üzerine Bir İnceleme, *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(1): 99-112.

Pirnar, İ. (2014). Etkin Otel Yöneticilerinin Özellikleri: İzmir Otel Yöneticilerinin Görüşü, *Journal of Yaşar University*, 9(33): 5583-5596.

Örücü, E. ve Boz, H. (2014). Konaklama İşletmelerinde İşe Alıştırma Eğitiminin Örgütsel Sağlığa Etkisi, *Yönetim ve Ekonomi*, 21(1): 61-76.

Pala, T. ve Tepeci, M. (2014). Otel İşletmelerinde Çalışanların Duygusal Emek Boyutlarının Belirlenmesi ve Duygusal Emek Boyutlarının İş Tatmini ve İşte Kalma Niyeti Üzerine Etkisi, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11 (1): 21-37.

Tuna, M. ve Yeşiltaş, M. (2014). Etik İklim İşe Yabancılaşma ve Örgütsel Özdeşleşmenin İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2014,25(1):105-117.

Yirik, Ş. ve Ilgaz Yıldırım, B. (2014). Turizm Sektöründeki Kadın Girişimcilerin Bireysel Değerlerinin Demografik Özellikleri Açısından İncelenmesi: Antalya İli Örneği, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(26): 361-378.

Yirik, Ş., Ören, D. ve Ekici, R. (2014). Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Çalışan Personelin Örgütsel Stres ve Örgütsel Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişkilerin Demografik Değişkenler Bazında İncelenmesi, *Journal of Yaşar University*, 9(35): 6223-6234.

PAZARLAMA

Akçi, Y. ve Olcay, A. (2014). Otel İşletmelerinin Pazarlama Faaliyetlerinin Yönetici Görüşleriyle İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma (Gaziantep ve Adıyaman Örneği), *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32: 78-94.

- Sandıkçı, M. ve Günay, F. (2014). Afyonkarahisar'ın Rekreasyon Alan ve Faaliyetlerinin Konaklama Süresi Üzerindeki Etkisi, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1): 41-61.
- Akgöz, E., Göral, R. ve Gürsoy, Y. (2014). Yenilik Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirmesi ve Kurban Bayramı Örneği, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31: 1-12.
- Albayrak, T., Caber, M. ve Bideci, M. (2014). Yaşlı Turistlerin Otel İşletmelerinde Önem Verdiği Ürün Ve Hizmetler: Alman İngiliz ve Hollandalı Turistlere Yönelik Bir Karşılaştırma, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2014,25(1):62-74.
- Aşık Akşit, N. (2014). Yaratıcı (Kreatif) Turizm, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(31): 786-795.
- Aşkar, F. (2014). Dans Organizasyonlarında Tanıtım ve Pazarlama Faaliyetleri Üzerine, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(33): 789-799.
- Başoda, A. Ve Aylan, S. (2014). Turistlerin Karar Verme Sürecinin Amaca Yönelik Davranış Modeli İle Değerlendirilmesi: Mevlana Şeb-i Arus Törenleri Örneği, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2014,25(1): 88-104.
- Birdir, K. ve Çanakçı, T. (2014). Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Mutfak Şeflerinin, Mutfak Teknolojilerinin Verimliliğe, Kaliteye ve Müşteri Memnuniyetine Etkisine İlişkin Algıları, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2): 3-12.
- Bozok, D., Güven, Ö. Z. ve Ceylan, U. (2014). Termal Konaklama İşletmelerinde Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) Üzerine Bir Araştırma: Frigya Bölgesi Örneği, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 41: 131-140.
- Çakıcı, A. C. ve Yıldırım, O. (2014). Mersin ve Adana'daki Dört ve Beş Yıldızlı Otellerde Konaklayan Türk İş İnsanlarının Hazırcı-Faydacı Tüketim Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 6(1): 33-44.
- Çalık, İ., Kaya, F., Köstepen, A. ve Bostan, S. (2014). Hızlı Büyüyen Medikal Turizm Pazarında Keşfedilmeyi Bekleyen Yeni Bölgesel Destinasyonlar: Trabzon Örneği, *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(7): 95-112.
- Çetinkaya, G. (2014). Bir Macera Turizmi Etkinliği Olarak Kaya Tırmanış Sporunu ve Antalya-Geyikbayırı'nın Potansiyeli, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 19(31): 83-100.
- Çetinsöz, B. C. ve Artuğer, S. (2014). Yabancı Turistlerin Antalya'yı Tercih Etmesinde Etkili Olan Çekici Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(32): 573-582.
- Daştan, İ. (2014). Türkiye'de Sağlık Turizmi: Türkiye ve Özeline İzmir'de Sağlık Turizminin Mevcut Durum Analizi Ve Strateji Önerileri, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(10): 143-163.
- Demir, Ş. Ş., Yeşiltepe, B. ve Demir, M. (2014). Kamu Kurumu İle Otel Yöneticilerinin Serbest Zaman Algılaması ve Değerlendirmesine Yönelik Bir Karşılaştırma, *Akademik Bakış*, 39: 1-17.
- Dölekoğlu, C. Ö., Giray, F. H. ve Şahin, A. (2014). Mutfaktan Çöpe Ekmek: Tüketim ve Değerlendirme, *Akademik Bakış*, 44.
- Emir, O. ve Kılıç, İ. (2014). Çok Değişkenli Analiz Yöntemiyle Turizm Göstergeleri Açısından Dünya Ülkelerinin İncelenmesi, *Journal of Yaşar University*, 9(33): 5597-5622.
- Erdoğan, M. ve Açıkalm, S. (2014). Türkiye'de Üniversite Öğrencilerinin Seyahat Türü Tercihlerinin İncelenmesi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(3): 101-112.
- Erol, G. ve Hassan, A. (2014). Gençlerin Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Kullanımının Tatil Tercihlerine Etkisi, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(31): 804-812.
- Eryılmaz, B. ve Zengin, B. (2014). Butik Otel İşletmelerinin Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Bir İnceleme: Facebook Örneği, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2): 42-59.
- Genç, K., Atay, L. ve Eryaman, M. Y. (2014). Sürdürülebilir Destinasyon Yaratma Sürecinde Örgütlenmenin Önemi: Çanakkale Turizmi Üzerine Bir Araştırma, *Anatolia/Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2014,25(1):49-61.
- Gülmez, M., Zafer Kavacık, S., Kaçmaz, Y. Y. ve Özyurt, P. M. (2014). Turistlerin Turizme Yönelik İnternet Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma, *Turizm&Araştırma Dergisi*, 3(1): 1-13.
- Güzel, Ö. (2014). Postmodern Çağ Tatil Deneyimlerinde Hazır Tepki Basamağı Çıktısı Olarak Temalı Oteller, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 7(13): 2-16.
- Harman, S. (2014). Bağımsız Seyahat Eden Yerli Gezginlerin Seyahat Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(21):107-128.
- Harman, S. (2014). Yurt Dışı Seyahat Kısıtlayıcıları: Bağımsız Seyahat Eden Yerli Gezginler Üzerinde Yapılan Bir Araştırma, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 6(1): 63-78.
- İşık, M. ve Eşitti, Ş. (2014). Erzurum Palandöken Dağı Bölgesinde Bulunan Otel İşletmelerinde Sürdürülen Halkla İlişkiler Uygulamalarına Yönelik Bir Alan Araştırması, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(32): 639-651.
- Karagöz, D. ve Kozak, N. (2014). Deneyimsel Bir Hizmet Uzanıtısı Olarak Okunabilirlik: Seminerlerin Okunabilirlik Boyutlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2014,25(1):75-87.
- Kaya, İ. (2014). Alışveriş Merkezi Tüketicilerine Yönelik Rekreatif Alışveriş Ölçeği'nin Geliştirilmesi: İstanbul Örneği, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11 (1): 58-59.
- Korkmaz Devrani, T. (2014). Müşterilerin Restoran Çalışanlarının Bahşış Arttırma Amaçlı Davranışlarına Karşı Tutumları, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(1): 137-160.
- Korkmaz, M., Alacahan, N. D. ve Ataseven, Y. (2014). Karayolu Yolcu Taşımacılığı Katma Değer Tahmininin Detaylı Analizi, *Akademik Bakış*, 41.
- Koroğlu, Ö. ve Karaman, S. (2014). Doğaya Dayalı Turizm Faaliyetlerinin Gelişiminde Toplum Temelli Doğal Kaynak Yönetiminin Önemi, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(26): 95-106.
- Küçükergin, K. G. ve Dedeoğlu, B. B. (2014). Fast Food Restoranlarda Fiziksel Çevre, Fiyat Algısı ve Tekrar Satın Alma Eğilimi Arasındaki İlişki, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 6(1): 101-107.
- Mesci, Z. (2014). Otellerin Çevreci Uygulamalarının Değerlendirilmesi: Yeşil Yıldızlı Bir Otel İşletmesinde Örnek Olay Çalışması, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11 (1): 90-102.

Oruç, K. O. (2014). Bulanık Hedef Programlama ile Menü Planlama, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 23: 33-51.

Özaslan, Y. ve Meydan Uygur, S. (2014). Negatif Ağızdan Ağıza İletişim (Wom) ve Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim (E-Wom): Yiyecek-İçecek İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(3): 69-88.

Öktem, Ş. (2014). Standart Reçetelerin Turizm Sektöründe Sürdürülebilirliğe Katkısı: Mersin Yöresi Kahvaltı Örnekleri, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2): 24-33.

Polat, S. ve Aktaş Polat, S. (2014). Taşınmaz Kültür Varlıklarının Kültür Turizmi Açısından Önemi: Topkapı Sarayı Müzesi Örneği, *Turizm&Araştırma Dergisi*, 3(1).

Seyfullahoğulları, A. (2014). Turizm Sektöründe Çok Amaçlı Kullanılan Medikal Turizm: Bir Sağlık Kuruluşunda Araştırma, *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(2): 41-64.

Solmaz, C. (2014). Yerel Halkın Bölge Turizmine Bakış Açısının Belirlenmesi: Burdur'da Bir Araştırma, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(10): 91-105.

Solmaz, S. A. ve Türkay, O. (2014). Pazar Yönlülüğün Tedarikçi İlişkileri Üzerindeki Etkisi: Otel İşletmeleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(1): 205-227.

Şenel, M., Şenel, B. ve Özkara, B. (2014). Yeniden Yapılanma Sürecinde Olan Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryollarında Hizmet Kalitesi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(3): 65-76.

Tayfun, A. Ve Gürlek, M. (2014). Tüketici Etnosantrizminin Yerli Turistik Ürün Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2): 34-45.

Tekin, Ö. A., Kalkan, G. ve Duman, H. (2014). Hizmet Kalitesinin Önem-Performans Analizi ile Ölçülmesi: Üniversite Sosyal Tesislerinin Konaklama Üniteleri Üzerinde Bir Uygulama, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(31): 751-770.

Tutal, O. (2014). Kırk Yıllık Hatırın İletişim Mekânı Olarak Kahvehaneler, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(3): 151-166.

Üsküdar, Ş., Çakır, M. ve Temizkan, S. P. (2014). Yerli Turistlerin Eskişehir'in Kültür Turizmüne İlişkin Algıları, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2): 67-76.

Yavuz, G. Ve Çakıcı, C. (2014). Mersin'in XVII. Akdeniz Oyunları'ndan Beklentileri Üzerine Bir Araştırma, *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 2(1): 11-26.

Yenipınar, U., Köşker, H. ve Karacaoğlu, S. (2014). Turizmde Yerel Yiyeceklerin Önemi ve Coğrafi Çğaretleme: Van Otlu Peyniri, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2): 13-23.

Yüce, A. ve Yüce, Z. (2014). Tüketicilerin Genetiği Değiştirilmiş Ürünlere Yönelik Satınalma Niyetlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Akademisyenler Üzerine Bir Uygulama, *Akademik Bakış*, 42.

YÖNETİM

Akyol, C. ve Zengin, B. (2014). Turizmde Kurumsallaşma Sorunları Aile İşletmeleri Örneği, *Akademik Bakış*, 41.

Aydoğan, E. ve Deniz, G. (2014). Sosyo-Teknik Kolaylaştırıcıların Bilgi Paylaşımı ve Algılanan Örgütsel Performans Üzerindeki Etkileri: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 36(1): 34-59.

Aypar Tekbaş, A. ve Ömürgönülşen, M. (2014). Otelcilik Sektöründe Kurumsal Kaynak Planlaması (Kkp) Uygulamalarındaki Algılanan Kritik Başarı Faktörlerinin Kkp Sisteminin Algılanan Başarısı Üzerindeki Etkileri: Ankara'daki İş Otellerinde Bir Araştırma, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(1): 293-336.

Gençay, C. İ. (2014). Termal Turizm İşletmelerinde Kurumsal Performans Karnesi Oluşturulmasına Yönelik Model Önerisi, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11 (1): 70-89.

Köroğlu, Ç., Karadağ, L. ve Biçici, F. (2014). Turizm Sektöründe Faaliyet Gösteren Aile İşletmelerinde Muhasebe Sisteminin İncelenmesi: Marmaris Örneği, *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(2): 113-126.

Özkul, G., Sungur, O. ve Dulupçu, M. A. (2014). Hizmet Sektöründe İnovasyon ve Bilgi Dinamikleri Yaklaşımı: Antalya Bölgesinde Futbol Turizmi Bilgisinin Gelişimi, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, (27): 38-62.

Yirik, Ş. ve Ilgaz Yıldırım, B. (2014). Turizm Sektöründeki Kadın Girişimcilerin Bireysel Değerleri İle Risk ve Belirsizlik Algıları Arasındaki İlişkilerin Alan Araştırması İle İncelenmesi: Antalya Örneği, *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(2): 97-111.

Zencir, E. ve Akoğlan Kozak, M. (2014). Birinci Sınıf Restoranların Kurumsallaşma Durumu Üzerine Bir Araştırma: Türkiye Örneği, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11 (1): 6-20.

GENEL

Aksoy, M. ve Kütük, Ü. (2014). Türkiye'de Zeytin Üretilmeyen Bölgelerde Yaşayan Halkın Zeytinyağı Hakkındaki Farkındalıkları: Malatya Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2): 52-61.

Akyol, C., Güner, S., Oğan, Y., Aydın, E., Yüce, R. ve Uluyurt, T. (2014). Kırsal Alanların Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi - Artvin İli Arhavi İlçesi Örneği, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(1):249-271.

Ar, İ. M., Gergin, R. E. ve Baki, B. (2014). İllerğn Toplam Faktör Verimliliğinin Kamu Müzeleri Açısından Ölçülmesi: Malmquist-TFV Endeksi Uygulaması, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 23: 126-145.

Arslan, F. (2014). Avrupa Birliğı'nin Turizm Politikası ve Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Üzerine Bir Değerlendirme, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(31): 427-438.

Arslan, H. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Boş Zaman Değerlendirme Tercihleri: Çankırı Karatekin Üniversitesi Örneği, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 40: 193-208.

Bahtiyar Karadeniz, C. (2014). Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Sakin Şehir Perşembe, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 27(9): 84-107.

Ceyhun Sezgin, A. (2014). Meyve, Sebze ve Sağlımız, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2): 46-51.

Cömert, M. ve Özkaya, F. D. (2014). Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2): 62-66.

Harlak, H. (2014). Turizmde Özgün Bir Bakış Açısı: Hasan Zafer Doğan, *Anatolia/Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(1):131-149.

- Harman, S. (2014). Sivil Toplum Kuruluşlarının Turizm Sistemindeki İşlevleri Üzerine Bir İnceleme, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(26): 343-360.
- Kutluk, A. ve Avcıkurt, C. (2014). Ağızdan Ağıza Pazarlamanın Müşterilerin Satın Alma Karar Süreçlerine Etkisi ve Bir Uygulama: (İstanbul Seyahat Acenteleri Örneği), *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(29): 613-622.
- Öktem, M. K. Ve Özdemir, A. M. (2014). Toplantı Yönetimi: Kamu Yönetiminde Karar Almanın Dayanılmaz Hafifliği, *Sosyoekonomi Dergisi*, 1: 221-242.
- Özdemir, M. (2014). Türklerde Turizm, *Anatolia/Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(1):121-130.
- Polat, S. A., Polat, S. ve Halis, M. (2014). İstanbul'a Gelen Yabancı Turistlerin Sanık Olarak Müdahil Oldukları Asayiş Suçlarına Yönelik Bir Araştırma, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(9): 105-127.
- Şenol, F. ve Turdumanbetov, B. (2014). Toplumsal Olaylar ve Ülke Turizmi Üzerindeki Muhtemel Etkileri: Kırgızistan Örneği, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2): 96-110.
- Tütüncü, Ö. ve Aydın, İ. (2014). Toplum ve Açık Hava Rekreasyon Faaliyetleri: ABD Örneği, *Anatolia/ Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2014,25(1):118-120.
- Uzuner, M. E. ve Karagün, E. (2014). Rekreatif Amaçlı Spor Yapan Bireylerin Yalnızlık Düzeylerinin İncelenmesi, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 27: 107-120.

Otel İşletmelerinde Sosyal Güvenlik Haklarının Uygulanma Düzeyinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Ercan İNCE. Gaziantep: Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Atınç OLCAY).

Otel işletmeleri; kesintisiz hizmet veren, emek-yoğun sektörlerin başında gelen ve otomasyon sistemini uygulamanın pek mümkün olmadığı işletmelerdir. Sürekli değişen teknoloji, hizmet ve sunuma anında ulaşılabilirlik ve artan müşteri beklentileri rekabet koşullarını her geçen gün zorlaştırmaktadır. Bu nedenle, otel işletmelerinin artan müşteri beklentilerine cevap vermesi, değişen rekabet koşullarına uyum sağlaması ve doğru konumlanması açısından daha kaliteli, daha hızlı ve düşük maliyetli hizmet üretmeleri gerekmektedir. Bu üretimin ortaya çıkmasını sağlayacak en önemli unsurun personeller olduğu yadsınamaz bir gerçektir. O halde, otel işletmelerinde çalışan personellerin kanunla belirlenmiş sosyal güvenlik haklarından tam ve zamanında yararlanmaları başta olmak üzere, onların moral-motivasyonunu yükselterek iş verimini artıracak her türlü imkâna kavuşturulmaları işletmelerin başarısı ve devamlılığıyla birlikte üretilen hizmetin beklentileri karşılayacak düzeye ulaşması açısından son derece önemlidir. Her aşından personel memnuniyetinin sağlanması ve haklarının tam olarak teslim edilmesi, müşteri memnuniyetini de beraberinde getirecektir.

Bu çalışma, Gaziantep ilinde bulunan otel işletmelerinde çalışan iş görenlerin Sosyal Güvenlik Haklarının uygulanmasına yönelik bir araştırmadır. Araştırmada Gaziantep ilinde faaliyet göstermekte olan otel işletmelerinde çalışan personelin sosyal güvenlik haklarıyla ilgili görüşleri incelenmiştir.

Araştırmadaki veriler anket tekniği ile toplanarak, Gaziantep'te otel işletmelerinde çalışan personellere uygulanmış ve bu görüşler doğrultusunda otel işletmelerinde çalışan personelin sosyal güvenlik haklarının durumu değerlendirilmiştir. Bununla beraber, otel işletmelerinde çalışan personelin sosyal güvenlik hakları ile ilgili görüşleri ile cinsiyet, eğitim durumu, yaş, kıdem ve otellerin yıldız durumu değişkeni açısından, istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olup olmadığına bakılmıştır. Yapılan analizler sonucunda göre Gaziantep ilinde faaliyet göstermekte olan yıldızlı otel işletmelerinde çalışan personelin sosyal güvenlik hakları çoğunlukla işveren tarafından korunduğu sonucuna varılmıştır.

Hac Turizmine Katılan Alman ve Rus Turistlerin Motivasyonları: Myra Üzerine Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Müjde BİDECİ. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Tahir ALBAYRAK).

Yüzyıllar önce başlamış ve belirli amaçlar dâhilinde yapılan geziler, günümüzde bir turizm hareketi olarak sosyal ve ekonomik bir olguya dönüşmüştür. Seyahat nedenlerine bakıldığında tatil yapma isteği ve iş amaçlı geziler ile birlikte dinsel öğelerin de önemli olduğu görülmektedir. Çalışmanın uygulama sahası olan Myra, ulusal ve uluslararası turizm hareketleri açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Özellikle Hıristiyanlık ve önceki dönemlere ait dini kült alanlarının yaygın olması buraya yapılan ziyaretlerin formunu değiştirmektedir. Çalışmanın birinci bölümünde din kavramının tanımı yapılarak turizm ile bağlantısı irdelenmiştir. Birinci bölümde aynı zamanda inanç turizmi, bu turizm türüne katılma nedenleri, inanç turizminin özel bir

kolu olan hac turizminin tanımı ve kapsamı, turist ile hacı arasındaki ilişki, bu turizmin Dünya ve Türkiye üzerindeki örnekleri verilmiştir. İkinci bölümde bu çalışmanın temel konusu olan motivasyonun tanımı yapılarak, turizm alanında motivasyon konusu irdelenmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde uygulama sahası olan Myra üzerine genel bilgilere, Myra'nın turizm potansiyeline, Aziz Nikolas Kilisesi hakkında tarihi bilgilere ve Aziz Nikolas'ın hayatına değinilmiştir. Son bölümde araştırma yöntemine, sonuçlarına ve elde edilen sonuçlardan yola çıkarılarak çalışmalara yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Turizmde Ürün Farklılaştırılmasında Sualtı Kültür Mirasının Turizm Ürünü Olarak Kullanımı, Replika Gemi Batığı Projesi: Side Örneği (Yüksek Lisans Tezi). Çağlar BİDECİ. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Yıldırım YILMAZ).

Sualtı kültürel miras alanları hem hassas hem de ilgi çekici bir yapıya sahiptir. Bu araştırmada turizmde ürün farklılaştırılması içinde sualtı kültürel miras alanlarının yeri ve değeri ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmanın uygulama alanı ise tarihi ve deniz toplumu geçmişi nedeni ile Side bölgesi olarak seçilmiştir. Bu amaçla bölge açısından yeni bir turizm ürününün oluşturulmasında yer alacak olan paydaşlar ile görüşmeler sağlanmıştır. Paydaşlardan alınan değerlendirmeler neticesinde sualtı kültür mirasının, kültürel sualtı turizmi şeklinde değerlendirilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Araştırma kapsamında mirasın bölge ve turizm hareketleri açısından etki boyutu, tanıtım olanakları da keşfedilmeye çalışılmış ve öneriler getirilmiştir. Araştırma sonucunda sualtı kültürel mirası için replika gemi batığı proje örneği geliştirilmiştir.

Ağızdan Ağıza İletişim ile Tüketici Odaklı Marka Değeri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Tur Operatörleri ve Seyahat Acenteleri Müşterileri Üzerine Bir Uygulama (Doktora Tezi). Gülay ÖZALTIN TÜRKER. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013 (Danışman: Prof. Dr. Mustafa GÜLMEZ).

Literatürde tüketici temelli marka değeri üzerine öncül çalışmaları bulunan Aaker (1991) kavramı, "pazarlama faaliyetleri tarafından yaratılan soyut bir varlık olarak, işletmenin tüketicilere sunduğu ürün ve hizmetlerin değerini artıran veya azaltan, markanın isim veya sembol gibi ayırt edici özelliklerine bağlı varlık ve yükümlülükler seti" olarak tanımlanmıştır. Tüketici temelli marka değeri; marka sadakati, marka farkındalığı, algılanan kalite ve marka çağrışımı bileşenlerine sahiptir. Tüketicilerin zihnindeki marka değeri algısı başta bu dört temel bileşen olmak üzere pek çok faktör tarafından etkilenmektedir. Bu faktörlerden biri de ağızdan ağıza iletişimdir. En eski iletişim biçimlerinden biri olan ağızdan ağıza iletişim (AAİ); tüketicilerin satın aldıkları ürüne ilişkin olumlu ya da olumsuz deneyimlerini ve ürüne ilişkin bilgilerini çevreleri ile paylaşma eğilimleri olarak tanımlanmaktadır. Literatürde pozitif AAİ ve negatif AAİ'nin yanı sıra AAİ'nin içeriği ve sıklığının da satın alma karar sürecinde etkili olduğu ifade edilmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, AAİ'nin tüketici odaklı marka değeri üzerine etkisinin ölçülmesidir. Bu amaç doğrultusunda üç ana bölüm altında toplanan çalışmanın birinci bölümünde literatür taraması sonucu elde edilen bilgiler ışığında AAİ kavramının

tanımı, özellikleri ve çeşitlerine yer verilmiştir. Yine literatür taramasına dayalı olarak oluşturulan ikinci bölümde ise marka, marka değeri ve marka değeri bileşenleri kavramlarına yer verilmiştir. Çalışmanın uygulama kısmını oluşturan üçüncü bölümde ise Türkiye'ye tatil amacıyla, seyahat işletmeleri aracılığıyla gelen Alman, Rus ve İngiliz turistler üzerinde gerçekleştirilen anket uygulamasının sonuçlarına yer verilmiştir. Yapılan analizler sonucunda turistlerin AAİ ve marka değeri bileşenlerine yaklaşım düzeylerinin başta milliyetler olmak üzere, demografik veriler açısından anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan kanonik korelasyon analizi sonucunda AAİ bileşenlerinin marka değeri bileşenleri üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kültürel Farklılıkların Yönetiminde Kültürel Zekânın Rolüne İlişkin Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Aslı ERSOY. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013 (Danışman: Doç. Dr. V. Rüya EHTİYAR).

Farklı ülkelerden insanların etkileşiminin her geçen gün arttığı küresel bir dünyada kültür ve kültürel farklılıklar giderek farkına varılan ve insan ilişkilerinde yer bulan öğeler haline gelmiştir. Kültürel farklılıklara göre yönetim belirlemek ve var olan farklılıkları başarılı bir şekilde yönetebilmek günümüzde bir zorunluluk olarak işletme yönetiminin bileşenlerinden biri olmuştur. Bu bağlamda kültürel farklılıkların yönetilmesinde çeşitli örgütsel ve bireysel stratejiler bulunmakla birlikte bu stratejilerin en önemlilerinden birisi de kültürel zekâdır. Bu araştırmanın temel amacı ise konaklama işletmelerinde kültürel farklılıkların yönetiminde kültürel zekânın rolünü belirlemektir.

Tez projesi üç bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde kültür, örgüt kültürü, kültürel farklılıklar ve yönetimi kavramları üzerinde durulmuş, ikinci bölümde kültürel zekâ kavramı geniş bir yelpaze içinde ele alınarak açıklanmış, üçüncü bölümde ise kültürel farklılıkların yönetimi ve kültürel zekâ arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere konaklama işletmeleri üzerinde yapılan araştırmayla ilgili bilgi, bulgu ve değerlendirmeler sunulmuştur.

Çalışmada Antalya ve İstanbul illerinde faaliyet gösteren 10 adet beş yıldızlı konaklama işletmesinin yabancı genel müdürleri ve onlara bağlı olarak çalışan 27 Türk departman müdürüyle derinlemesine görüşme yapılmış ve yarı yapılandırılmış görüşmelerle elde edilen verilerin betimsel analizinden sonra üç ana tema belirlenmiştir. Çalışmada nitel araştırma desenlerinden kültür analizi kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, yabancı yöneticilerin kültürel zekâlarının kültürel farklılıkların yönetilmesini olumlu anlamda etkilediği belirlenmiş ve elde edilen bu sonuç da kültürel farklılıkların yönetilmesinde kültürel zekânın önemli bir katkısının olduğunu göstermiştir.

Kültürel Farklılıkların Yönetimi Sürecinde Kültürel Zekâ'nın Etkinliği: A Grubu Seyahat Acentaları Yöneticileri Üzerine Bir Alan Araştırması (Yüksek Lisans Tezi). Nur KULAKOĞLU DİLEK. Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Doç. Dr. Cafer TOPALOĞLU).

Günümüzde, küreselleşme her alanda kendisini hissettirmekte ve çeşitli paradigma dönüşümlerine neden olmaktadır. Kültürel zekâ da son yıllarda, örgütlerin kültürel farklılıkları yönetme sürecinde yönetsel bir dönüşümü simgeleyen bir kavram olarak dikkat çekmektedir. Çalışmada, turizm işletmelerinden biri olan A grubu seyahat acentalarında kültürel zekânın önemi ve

farklılıkların yönetilebilmesi sürecindeki etkisi irdelenmektedir. İstanbul, İzmir, Antalya ve Muğla illerinde faaliyet gösteren A grubu seyahat acentalarının yerli ve yabancı yöneticileri üzerinde 310 adet anket uygulanmış ve elde edilen bulgular analiz edilerek yorumlanmıştır.

Çalışmada, yapısal eşitlik modeli kullanılarak, kültürel zekânın kültürel farklılıkların yönetimi sürecinde stratejik bir öneme sahip olduğu bulgulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda, yöneticilerin kültürel zekâ düzeyi ile kültürel farklılıkların yönetimi arasında pozitif yönlü bir ilişki belirlenmiştir. Bu bağlamda, yöneticilerin kültürel zekâ düzeyi arttıkça, kültürel farklılıkların yönetimi de güçlenmektedir.

Çalışma sonucunda, kültürel farklılıkların etkin yönetilebilmesi için mevcut yönetim stratejilerine alternatif olan kültürel zekâ kavramının örgütlere etkisine değinilerek gelecek yıllarda yapılacak çalışmalara çeşitli önerilerde bulunulmaya çalışılmıştır.

Kültürel zekâ uluslararası yazında çalışılan bir konu olmakla birlikte, Türkiye'de konuya ilişkin çok fazla yayın olmaması nedeniyle çalışmanın, teorik ve pratik anlamda hem literatüre hem de turizm işletmelerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kültürlerarası Turist Davranışı: Turistlerin Tur Esnasındaki Davranışlarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Cansev ÖZDEMİR. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Doç. Dr. Medet YOLAL).

Yüksek düzeyde çok kültürlü bir endüstri olan turizmde turist davranışlarındaki benzerlikler ve farklılıklar gün geçtikçe daha önemli hale gelmektedir. Dünya genelinde seyahat eden insan sayısı her geçen gün artmakta ve bu gelişim dünya genelinden farklı kültürleri bir araya getirmektedir. Bu nedenle çok kültürlü bu ortamda faaliyet göstermekte olan turizm pazarlamacıları ve planlamacıları için turist davranışını etkileyen kültür kavramının ve ulusal kültürlerin anlaşılması önem arz etmektedir. Bu olgudan hareketle bu çalışma üç boyutlu bir amaca sahiptir. İlk olarak profesyonel turist rehberlerinin değerlendirmeleriyle farklı uluslardan İstanbul'a gelen ve rehberli turlara katılan turistlerin davranışsal özelliklerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. İkinci olarak ortaya konan davranışsal özelliklerin alt boyutlarının bulunması ve son olarak da saptanmış faktörler bağlamında uluslar arasındaki farklılıklar ve benzerlikler ortaya konulmaya çalışılmıştır. Sonuç olarak rehberli turlara katılan turistlerin davranışsal özelliklerini belirleyen üç alt boyut olduğu ve bu boyutlar bağlamında yedi ulus arasında önemli farklılıklar olduğu saptanmıştır. Çalışmanın son bölümünde ise çalışma sonuçları tartışılmış ve yönetsel önerilerde bulunulmuştur.

Medikal Turizmde, Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakatinin Değerlendirilmesi (Doktora Tezi). Uğur AKDU. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Prof. Dr. Mustafa GÜLMEZ).

İnsanların tatilleri süresince dinlenme, egzersiz yapma, kaplıcalara gitme sayesinde daha sağlıklı olma girişimleri, beraberinde turizm endüstrisi içerisinde 'medikal turizm' şeklinde yeni ve farklı bir turizm türünün ortaya çıkmasını sağlamıştır. Medikal turizm kapsamında, insanlar sağlıklarını yeniden kazanmak, korumak ve yaşam kalitelerini arttırmak amacıyla sürekli ikamet ettikleri yer dışında farklı ülkelere seyahat etmektedir. Hızla artan rekabet ortamında ülkeler ve sağlık hizmeti sunucuları medikal turizmden daha fazla pay alabilmek için yoğun çabalara girmektedir. Bu da sunulan hizmetin kalitesi ve müş-

teri memnuniyeti ile doğrudan ilişkilidir. Buradan hareketle bu araştırmada medikal turizmde hizmet kalitesini ölçmek, mevcut durumu ortaya çıkarmak ve önerilerde bulunmak amaçlanmıştır. Bu kapsamda özellikle sağlık sektöründe sıklıkla kullanılan servqual ölçeği temel alınmış ve medikal turizm kapsamında Türkiye'ye seyahat eden 223 yabancı katılımcıya anket uygulanması yapılmıştır. Uygulanan ankette 22 değişken ve 5 boyut için hipotezler test edilmiş, yabancı hastaların hizmet kalitesi beklentilerinin ne kadar karşılandığı ortaya çıkarılmıştır. Bu kapsamda katılımcıların en çok önem verdiği hizmet kalitesi boyutunun güvenilirlik boyutu olduğu, beklentileri karşılamaya en uzak boyutun duyarlılık boyutu olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte algılanan hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasında olumlu yönde ilişki olduğu, müşteri sadakatinin sağlanmasında müşteri memnuniyetinin aracı bir rol oynadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Mardin'de Gastronomi Turizmi: Turist Görüşlerine İlişkin Bir Uygulama (Yüksek Lisans Tezi). Ahmet YARIŞ. Mardin: Mardin Artuklu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Lokman TOPRAK).

Bu araştırmanın amacı Mardin iline gelen yerli ve yabancı turistlerin Mardin gastronomisine ilişkin görüşlerinin belirlenmesidir. Araştırmada öncelikle literatür taraması yapılarak gastronomi turizmi kapsamında kilit rol oynayan boyutlar saptanmıştır. Bu boyutlar gastronomi turizmine ilgi, yiyecek-içecek işletmeleri, sunulan yiyecek-içecekler, yiyecek-içecek işletmesi çalışanları ve gastronomi imajıdır. Araştırmada, turistlerin Mardin'deki bu boyutlar ile ilgili görüşleri alınmıştır. Araştırmanın evrenini Mardin'i 2013 yılında ziyaret eden turistler, örnek grubu da tesadüfi yöntemle seçilmiş 450 yerli yabancı turist oluşturmuştur. Veri toplama aracı daha önce bu boyutlar ile ilgili veri toplamak için oluşturmuş anketlerden yararlanılarak Türkçe ve İngilizce dillerinde oluşturulmuştur. Verilerin analizinde aritmetik ortalama ve standart sapma gibi tanımlayıcı istatistik yöntemlere başvurulmuştur. Toplanan veriler parametrik olmayan farklılık analizleri testlerinden olan Mann Whitney U ve Kruskal Wallis H-Testleri ile analiz edilmiştir. Araştırmaya katılan turistlerin çoğunluğunun gastronomi turizmine ilgili oldukları bulunmuştur. Diğer boyutlara ilişkin ifadelerde görüşlerin olumlu olduğu belirlenmiştir. Turistlerin eğitim değişkeni ile gastronomi turizmine ilgileri ve yiyecek-içecek işletmelerinde sunulan yiyecek-içeceklerle ilişkin görüşlerinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Ayrıca, yaş değişkenine göre katılımcıların yiyecek-içecek işletmelerinde sunulan yiyecek-içeceklerle ilişkin görüşlerinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Yerli-yabancı olma değişkenine göre katılımcıların görüşleri arasında anlamlı farklılıklar belirlenmemiştir. Ancak yabancı turistler en çok "çalışanlar yabancı dil bilirler" ifadesinde olumsuz görüş bildirirken, yerli turistler en çok "menüdeki fiyatlar uygundur" ifadesinde olumsuz görüş bildirmiştir.

Uluslararası Spor Organizasyonlarının Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Etkileri: 2013 Mersin XVII. Akdeniz Oyunlarına Yönelik Bir Uygulama (Yüksek Lisans Tezi). Cemal Ersin SİLİK. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Eren GÜÇER).

Bu çalışmanın amacı, uluslararası spor organizasyonlarının düzenlendiği şehre sosyal, kültürel ve ekonomik etkilerini belirlemektir. Bu sebeple Olimpiyat Oyunları'ndan sonra Dünya'nın en önemli spor faaliyeti olarak kabul edilen Akdeniz

Oyunları örnek olarak seçilmiştir. Akdeniz Oyunları'nın örnek olarak seçilmesinde oyunların 2013 yılı içerisinde gerçekleştirilen en önemli spor etkinliği olması ve bu organizasyonun da Türkiye'de olması etkili olmuştur. Araştırmanın amaçlarını gerçekleştirmek için Jie ve Yan (2010) tarafından geliştirilen Mega Organizasyon Etkisi Ölçeği'nin (Mega Event Impact Scale) kullanılmasına karar verilmiştir. Ölçekte yer alan ifadeler faktör analizi yapılarak sosyal, kültürel ve ekonomik ifadeler yedi alt boyuta ayrılmıştır. Bu boyutlar; ekonomik yararlar, turistik tesisler, uluslararası tanıtım, ekonomik maliyetler, çevresel ve kültürel koruma, sosyal ve çevresel problemler, kültürel değişim olarak ifade edilmiştir. Çalışmanın evrenini Mersin'de yaşayan yerel halk oluşturmaktadır. Evren içerisinde örneklem büyüklüğü ± 0.05 örnekleme hatası ile 384 olarak belirlenmiştir ve yerel halka 452 adet anket uygulanmıştır. Elde edilen verilerin analizinde, "yüzde", "frekans", "bağımsız örneklemler için t- testi", "tek faktörlü varyans (Anova) analizi", "Tukey (HSD) testi" ve "korelasyon" analizleri kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, Akdeniz Oyunları'nın ekonomik yararlar boyutu ile araştırmaya katılan yerel halkın meslek, gelir durumu ve Mersin'de ikamet ettikleri yıl durumları; turistik tesisler boyutu ile yerel halkın meslek ve gelir durumları; uluslararası tanıtım boyutu ile yerel halkın cinsiyetleri; çevresel ve kültürel koruma boyutu ile yerel halkın yaşları; sosyal ve çevresel problemler boyutu ile yerel halkın gelir durumları arasında farklılık tespit edilmiştir. Fakat, ekonomik maliyetler boyutu ve kültürel değişim boyutu ile yerel halkın bireysel özellikleri arasında herhangi bir farklılık bulunmamıştır. Ayrıca, turistik tesisler boyutu ile uluslararası tanıtım boyutu ve ekonomik maliyet boyutu ile turistik tesisler boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Fakat uluslararası tanıtım ile sosyal ve çevresel problemler boyutu arasında anlamlı bir ilişki belirlenmemiştir.

Sosyal Medya Kullanımının Müşteri Tercihleri Üzerine Etkileri: Konaklama İşletmelerinde Bir İnceleme (Doktora Tezi). Burak ERYILMAZ. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Burhanettin ZENGİN).

Son zamanlarda adını sıkça duyduğumuz sosyal medyayı; kullanıcıların kendileri tarafından oluşturulan içerikleri yayınlatabildikleri sanal ortamların genel adı olarak tanımlayabiliriz. Turistler de tıpkı diğer tüketiciler gibi ürün ve hizmetler hakkında bilgi arama, alternatifleri bulma, satın alma, değerlendirme ve sonrasında paylaşma gibi amaçlarla sosyal medyadan yararlanmaktadırlar. Turizm işletmeleri de bu duruma kayıtsız kalmayarak başta müşteriler ile etkileşimde bulunmak, ürün ve hizmetlerini tanıtmak gibi amaçlarla bu uygulamaları kullanmaya başlamışlardır.

Sosyal medyanın turizmde kullanımına yönelik artan araştırmaların da etkisiyle çalışmanın amacı konaklama işletmesi seçiminde tüketicilerin sosyal medyadan etkilenme düzeyinin belirlenmesidir.

Çalışma 4 bölüm halinde tasarlanmıştır. Birinci bölümde Web 2.0 ve sosyal medya kavramına değinilmiştir. İkinci bölümde sosyal medyanın turizmde kullanımını, turist davranışlarına etkisinin yanı sıra konaklama işletmelerinde kullanımına ilişkin örnekler verilmiştir. Üçüncü bölümde saha çalışmasına, dördüncü bölümde ise araştırma sonuçlarına yer verilmiştir.

Çalışma kapsamında sosyal medyayı kullanma ihtimalleri daha yüksek görüldüğünden dört ve beş yıldızlı konaklama işletmeleri, tatil köyleri ve butik otellerde konaklayan 410 kişiye

ulaşarak anket formunu doldurmaları sağlanmıştır. Veriler parametrik olmayan testlerden Mann Whitney U Testi, Kruskal Wallis Testi ve Spearman Korelasyon Testi ile analiz edilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre turistlerin sosyal medya sayesinde konaklama işletmeleri hakkında bilgi sahibi oldukları ve bu bilgilerin seçimlerine etki ettiği söylenebilir. Sosyal medyadaki paylaşımlara yönelik ve sosyal medya kullanan konaklama işletmelerine yönelik tutumların ise genellikle kişilerin kendileri ile ilgili olan değişkenlere göre değil, konaklama işletmelerinin özelliklerine göre farklılaştığı söylenebilir.

Seyahat Acentalarında Kongre-Fuar Organizasyonlarının Pazarlanmasında Sürecin Yeri ve Önemi Üzerine Bir Uygulama (Yüksek Lisans Tezi). Duygu İNCELİ. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK).

Sanayileşme sonucu mal ve hizmet arzının artması ile beraber kongre ve fuarcılık alanlarında da gözle görülür gelişmeler yaşanmıştır. Hem katılımcı, hem de ziyaretçiler açısından en etkin iletişim, tanıtım ve pazarlama aracı olmaları sebebiyle kongre ve fuarlar, günümüzde dünyanın hemen hemen her ülkesinde ulusal ve uluslararası boyutlarda düzenlenmekte ve her biri farklı birer sektöre hizmet etmektedirler.

Katılımcı ve ziyaretçi firmalar ve hatta ülkeler açısından ekonomik anlamda bu denli önem taşıyan kongre ve fuarların organizasyonu ise, profesyonel bir ekip önderliğinde yürütülmektedir. Kongre ve fuarın başarısını doğrudan etkileyen organizasyon süreci için seyahat acentaları, büyük ve yoğun bir çalışma yürütürler.

Seyahat acentalarında kongre-fuar organizasyonlarının pazarlanmasında sürecin yeri ve öneminin anlatıldığı tezin birinci bölümünde, turizm pazarlaması, turizm pazarlama karması elemanları ve turizm pazarlama karması elemanlarından biri olan süreç incelenmiştir.

Tezin ikinci bölümünde, kongre-fuar turizm kavramları ve kongre-fuar turizminin tarihsel gelişimi açıklanarak, kongre-fuar turizminin sınıflandırılması yapılmış ve süreç açısından kongre-fuar organizasyonları incelenmiştir.

Tezin üçüncü ve son bölümünde ise, turizm sektörünün bir çok dalında hizmet veren A grubu seyahat acentalarının düzenlenmiş olduğu örnek bir kongre-fuar organizasyonu incelenerek, planlama aşamasından, organizasyonun tamamlanma aşamasına kadar olan süreç, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan örnek olay (durum) çalışması ile açıklanmaya çalışılmıştır.

Geleneksel Türk El Sanatları ve İstanbul'da Beş Yıldızlı Otellerdeki Uygulamaları (Yüksek Lisans Tezi). Cengizhan ÖZTÜRK. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK).

Kültür mirası el sanatlarımızın hızlı bir şekilde günümüz hayatından çıkıyor olmasına rağmen, özellikle Anadolu'nun çeşitli bölgelerinde 70'i aşkın geleneksel Türk el sanatı, çeşitli sanatkar, kurum ve kuruluşların çabaları ile yaşatılmakta ve yeni nesillere aktarılmaktadır. Bu araştırmanın amacı da tarihi değerlerimizi yaşatma ve yeni nesillere aktarma çabasında olan tüm bu gönül elçilerine destek olmak ve yatırımcılara ilham vermektir. Araştırmamız kapsamında, geleneksel Türk el sanatlarının tarihten günümüze gelen süreci anlatılmış, bu sanatların çeşitleri, kullanım alanları, kullanım amaçları araştırılmıştır. Özellikle araştırmamızın son bölümünde de İstanbul'daki beş yıldızlı

otellerde bulunan geleneksel Türk el sanatı uygulamalarının resimleri paylaşılmış ve örnek uygulamalar için yenilikçi fikirler verilmiştir. Böylece bu el sanatlarının modern mimari ile birleştiğinde ortaya çıkan gizli güzelliği gözler önüne serilmiş ve sanatkarlarının desteklemesi ve yeniden yetişmesi için can suyunun turizm olabileceği kuvvetli bir şekilde vurgulanmıştır.

Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Gelişimindeki Önemi: Çanakkale İli Örneği (Yüksek Lisans Tezi). Meral GÜNDEĞER. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Ş. Okan MERCAN).

Türkiye'ye özgü birçok ürün, kökeni olan coğrafi bölge adları ile anılarak tanınmaktadır. Türkiye, coğrafi konumu ve üç ayrı iklim kuşağına sahip olmasından, farklı toprak yapısı ile kültürel mirasının ve beşeri sermayesinin çeşitli olmasından dolayı zengin bir coğrafi ürün potansiyeline sahiptir. Coğrafi ortam özelliklerinin ortaya çıkardığı bu ürün zenginliği, bu ürünlerin coğrafi işaret yoluyla korunmasını da zorunlu kılmaktadır. Coğrafi işaretler, yerel ürün ve tatların korunmasını ve taktillerine karşı yasal zeminde mücadele edilmesini sağlayan işaretlerdir. Coğrafi işaretleme sahip bu tarz ürün ve tatların, turizm değerine dönüştürülerek bölgesel gelişime verebileceği destek önemlidir. Çünkü bu tarz ürünlere sahip bölgeler, ekonomik çıkarları dışında coğrafi işaretli ürünlerden turizm ve tanıtım aracı olarak da yararlanabilmektedir. Ayrıca insanların turizm algılamasındaki ve isteklerindeki hızlı değişiklikler turistik ürün çeşitlendirmesine olan ihtiyacı artırmaktadır. Turistik ürün çeşitlendirmesine giderken de kültürel, ekonomik, bölgesel/yöresel ve ekolojik değerlerin korunması ve ürünlere katma değer sağlanması önem arz etmektedir. Ayrıca turizm faaliyetlerinin deniz-güneş-kum anlayışından kurtarılarak ülkenin tüm bölgelerine ve dört mevsime yayılması da sağlanmaktadır.

Çalışmada, Çanakkale ilinde coğrafi işaret tescilli almış olan ürünlerin, bölgesel turizm gelişimindeki öneminin incelenmesi ve bu ürünlerin bir turizm ürünü olarak nasıl değerlendirilebileceği hakkında ilgili kurum/kuruluş temsilcilerinin görüşlerinin alınması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda merkezi yönetim, yerel yönetim, özel sektör, sivil toplum kuruluşları ve diğer kategoriler altında toplam yirmi dokuz paydaşla görüşme yapılmıştır. Araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme formu yardımıyla görüşme tekniği uygulanmıştır. Ayrıca gözlem yöntemiyle de araştırma desteklenmeye çalışılmıştır.

Araştırma bulgularına göre genel görüş, Çanakkale'nin coğrafi işaretli ürünlerinin doğru ve etkili bir şekilde tanıtım ve pazarlama çalışmalarının yapılmasıyla bölgesel turizm gelişiminde birer araç görevi üstlenebileceği yönündedir.

Yerel Yemek Tüketim Motivasyonlarının Turistlerin Tekrar Ziyaret Niyetlerine Etkisi: Gaziantep'i Ziyaret Eden Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Selman BAYRAKÇI. Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ).

Turizm, yapısı itibarıyla insan odaklı bir endüstridir. Turizm olayına katılım gösteren bireyler pek çok davranış sergileyebilmektedirler. Bu kapsamda turist davranışlarını anlamak, turizm planlamaları ve pazarlama aktiviteleri için önemli bir rol oynamaktadır. Turist davranışlarını anlamanın önemli faktörlerinden biri ise turist motivasyonlarıdır. Bu yönüyle turist motivasyonları, çalışmanın başlangıç noktasını oluşturan yerel yemek tüketim motivasyonlarının, teorik alt yapısını oluşturan

maktadır. Çalışmanın temel amacı, turistlerin yerel yemek tüketim motivasyonlarının tekrar ziyaret niyetlerine etkisini açıklayabilmektir. Çalışma, daha önce geliştirilmiş iki farklı ölçek kullanılarak yürütülmüştür. Anket, kolayda örnekleme yöntemi ile Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlere, yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak uygulanmıştır. Bu kapsamda çalışmada, tanımlayıcı istatistik tekniklerinden açıklayıcı faktör analizi ve çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. Araştırma neticesinde elde edilen verilere uygulanan faktör analizi sonucunda yerli turistlerin yerel yemek tüketim motivasyonları, sırasıyla heyecan arayışı, kültürel deneyim, duyuşsal çekicilik ve sağlık beklentisi boyutları altında toplanmıştır. Yerli turistlerin, yerel yemek tüketim motivasyonlarının tekrar ziyaret niyetlerine etkisini ortaya koymak için çoklu regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları, yerel yemek tüketim motivasyonunun hem bir bütün halinde hem de alt boyutları itibarıyla turistlerin tekrar ziyaret niyetine olumlu etki ettiğini göstermektedir. Çalışma, araştırma bulgularının değerlendirilmesi, teorik ve uygulamaya yönelik çıktılar sunulması ve gelecek çalışmalara yönelik öneriler getirilmesi ile son bulmuştur.

İnanç Turizminin Turistik Destinasyon Pazarlamasındaki Yeri ve Önemi: Göbekli Tepe Örneği (Yüksek Lisans Tezi). Tolga Fahri ÇAKMAK. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Prof. Dr. Füsün İSTANBULLU DİNÇER).

Rekabetin yoğun bir şekilde uluslararası boyutta yaşandığı turizm endüstrisinde destinasyonlar turistik faaliyetlerden yeterli payı alabilmek için sahip oldukları potansiyelleri doğru bir şekilde kullanmaları gerekmektedir. Semavi öncesi dinlere ait inanç merkezleri de bu potansiyelin kullanılmasından ülkemizde atlanan ve inanç turizmi yerine kültür turizmi olarak pazarlanan alternatif bir turizm çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır. Oysa bu mekânlar günümüz inançlarını etkileyen daha eski dinlerin merkezlerini oluşturmaktadırlar. Bu çalışmada semavi öncesi dinlere ait bir inanç merkezi olan Göbekli Tepe'nin inanç turizmi açısından oldukça önemli bir bölge olan Şanlıurfa destinasyonuna katmakta olduğu değer ve marka imajı incelenmiş, ilerleyen süreçte bu potansiyelin daha büyük katkı sağlaması için izlenmesi gereken yol, 18 katılımcı ile yapılan görüşme sonrası ortaya konan GZFT analizi ile belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonunda ortaya konulan bulgulardan hareketle yerel yönetimlere, sektöre, turizm oda ve birlikleri ile yerel halka çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Sürdürülebilir Turizm Göstergeleri Kapsamında Doğu Karadeniz Bölgesi'nin Analizi (Doktora Tezi). İsmail ÇALIK. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Prof. Dr. Orhan BATMAN).

Sanayileşmenin neden olduğu sınırsız büyüme anlayışı sonucunda oluşan ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel tahribatlar dünya genelinde bu çerçevedeki farkındalığın artmasına neden olmuştur. Sürdürülebilir turizm de kitle turizminin yarattığı tahribatları sorgulayan; alternatif çözüm önerileri geliştirerek ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel dengenin korunması gerektiğini savunan bir yaklaşımdır. Türkiye, turizm faaliyetlerinin belli başlı turizm alanlarında kümelenildiği, alternatif turizm türlerine yönelik turistik talebin sınırlı düzeyde kaldığı bir ülkedir. Ayrıca ülkemizdeki turizm alanlarının sürdürülebilir göstergeler rehberliğinde planlanması ya da karar süreçlerinde turizm paydaşlarının görüşlerine başvurulması gibi konulara yönelik akademisyenlerin ve uygulayıcıların ilgisi sınırlı

düzyededir. Bu bağlamda araştırmanın amacı, Doğu Karadeniz Bölgesi'nin sürdürülebilir turizm göstergelerine göre değerlendirilmesidir. Ayrıca turizm paydaşlarının, sürdürülebilir turizm bağlamında sorun alanlarına ve güçlü yönlerine dair değerlendirmeleri arasında farklılıklar olup olmadığı ve gösterge sonuçları ile paydaş görüşlerinin bağdaşıp bağdaşmadığı araştırmanın alt amaçlarıdır.

Araştırmada nitel ve nicel yöntemler kullanılmıştır. İkincil verilerin toplanmasında Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ve diğer kamu kurumları tarafından paylaşılan bölgesel ve kurumsal istatistiklerden faydalanılmıştır. İkincil veriler yardımıyla hakkında veri toplanamayan bazı göstergeler ise, ilgili turizm işletmelerinde anket tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Nitel araştırma kapsamında yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak veriler toplanmıştır. Daha sonra nicel veriler, sürdürülebilir performans endeksi yöntemiyle nitel veriler ise, içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiştir. Nicel araştırmanın evrenini Doğu Karadeniz Bölgesi'nde (TR90) yer alan Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize ve Trabzon illerinde 2008/2012 yıllarındaki sürdürülebilir turizm gösterge verileri, nitel araştırmanın evrenini ise maksatlı örnekleme tekniği kullanılarak seçilen 71 turizm paydaşı oluşturmaktadır.

Araştırma sonucunda, bölge illerinin sürdürülebilir performanslarında yıllara göre farklılıklar oluştuğu, Trabzon ilinin diğer illere oranla daha sürdürülebilir performans sergilediği ve gösterge değerlerinde yıllar itibarı ile yükselişler görülse de nitel anlamda sürdürülebilir turizm gelişimini engelleyecek ciddi problemlerin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, sürdürülebilir turizmin gelişimini etkilediği düşünülen faktörlerin kodlanmasında kullanılan ve derinlemesine görüşmelerin çözümlenmesinde esas alınan tematik kategorilerin yaklaşık %71'i sorun merkezli kalan %29'u ise, güçlü yön merkezli olduğu belirlenmiştir. Bu çerçevede, görüşme kayıtlarında sorun belirten temaların %46'sının kamu-belediyeler-üniversiteler ve sivil toplum örgütleri merkezli olduğu görülmüştür. Kamu yöneticilerinin ifadelerinde yer alan kamu merkezli sorun kategorilerinin oranı, diğer paydaşların ifadelerindeki kamu merkezli kategorilere nispeten daha düşük düzeydedir. Diğer taraftan, sürdürülebilir turizm paydaşları tarafından belirtilen tematik güçlü yön kategorilerinin %60'ı bölgesel coğrafya, turizm çekicilikleri, geçim biçimleri kaynaklı güçlü yönlerdir.

Araştırmanın kısıtı, kamu kurumları ve turizm işletmelerinin turizm istatistiklerini derleme, üçüncü kişilerle paylaşma noktasında şeffaf olmamaları ve araştırmanın Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki illerle sınırlı olmasıdır.

Mersin'de Faaliyet Gösteren Turizm İşletmelerinin Basel II Kriterlerine Uyum Sürecinin Analizi (Yüksek Lisans Tezi). Banu ZENCİR. Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014, (Danışman: Doç. Dr. Erdinç KARADENİZ).

Bu tezin temel amacı Mersin ilinde faaliyet gösteren üç-dört-beş yıldızlı otel işletmeleri ve A grubu seyahat acentalarının Basel-II Kriterleri'ne uyum düzeyinin analiz edilmesidir. Bu bağlamda oluşturulan anketle Mersin ilinde faaliyet gösteren 11 adet 3 yıldızlı, 12 adet 4 yıldızlı, 3 adet 5 yıldızlı otel işletmesi ile 28 adet A grubu seyahat acentasından veri toplanmıştır. İşletmelerden elde edilen veriler frekans analizine tabii tutulmuştur. Tezde ayrıca ticari bankaların kredi departmanlarıyla görüşülerek kredilendirme sürecinde Basel-II kriterlerine dikkat edilip edilmediği ve otel işletmeleri ile seyahat acentalarının bu süreçte

yaşadıkları sorunlar bankacılık sektörü açısından da değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bununla beraber Türkiye Cumhuriyet Sektör Bilançolarından yararlanılarak Konaklama ve Yiyecek Hizmetleri Alt Sektörünün 2010-2012 yılları arasındaki banka kredilerini kullanma düzeyleri analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda otel işletmelerinin ve seyahat acentalarının Basel II kriterlerini bilmedikleri ve finansal kararlar alırken bu kriterleri uygulamadıkları saptanmıştır. Ayrıca Mersin'de faaliyet gösteren ticari bankalarla yapılan görüşmeler sonucunda Basell-II kriterlerinin Mersinde faaliyet gösteren otel işletmeleri ve seyahat acentalarına tam anlamıyla uygulanmadığı saptanmıştır. Araştırmada yine konaklama ve yiyecek hizmetleri alt sektörünün banka kredisi kullanım düzeyinin fazla olduğu belirlenmiştir.

Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Yatırım Projelerinin Değerlendirilmesi; Konya'da Yeşil Yıldız-Çevreye Duyarlı Termal Otel Yatırımı Örneği (Yüksek Lisans Tezi). Murat GÜMÜŞ. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. F. Atıl BİLGE).

Bu araştırma; sürdürülebilir turizm ve çevreye duyarlı konaklama tesisi kapsamında, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından da önemsenen yeşil yıldız belgelendirmesi ile sürdürülebilir turizm kapsamında özellikle son yıllarda Konya'da oluşan yeni termal kaynakların kullanımına yönelik örnek bir yeşil yıldız belgeli termal otel yatırım projesinin değerlendirilmesi yapılmıştır.

Araştırmada, örnek yeşil yıldız belgeli termal otel yatırımı için, bilimsel bir ikili karşılaştırma yöntemi olan Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) metodu yöntemi tercih edilmiştir. AHP yöntemi ile yatırım için belirlenen faktörlerin ağırlıkları tespit edilmiştir. Bu faktörlere göre hangi yerde termal otel yatırımı yapmanın en uygun olduğunu tespit etmek için ise TOPSIS metodu yöntemi tercih edilmiştir. Ayrıca turizm yatırımlarının değerlendirilmesinde finansal analiz olarak en çok kullanılan, net bugünkü değer analizi, iç karlılık ve yatırımın geri dönüş süresi analizleri kullanılmıştır. Yöntemlerin formülleri araştırmada excel'de formüller tek tek yazılarak yapılmış ve excel sonuçları araştırmaya aktarılmıştır.

Araştırma sonucunda; Konya'daki termal kaynakların, sürdürülebilir turizm kapsamındaki termal turizm yatırımı olarak değerlendirilebileceği, termal otel yatırımı için gerekli analizler yapılarak, Konya'daki termal turizm potansiyeli ortaya çıkarılmıştır.

Sürdürülebilir Turizm Uygulamalarının Turizm Talebi Üzerine Etkileri: Muğla Örneği (Yüksek Lisans Tezi). Nur ÇELİK. Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Prof. Dr. Ozan BAHAR)

Turizm sektörü hem gelişmiş, hem de gelişmekte olan ülkelerin ekonomik, kültürel ve sosyal kalkınmasına büyük katkı sağlamaktadır. Ancak uzun bir süre turizmin sadece ekonomik etkilerinin üzerinde durulması negatif etkilerinin göz ardı edilmesine neden olmuştur. Bu noktada sürdürülebilirlik kavramı gündeme gelmiş ve son yıllarda en çok tartışılan konulardan biri olmuştur. Turizm sektöründe artan rekabet ve talepteki değişiklikler başta konaklama işletmeleri olmak üzere sektörün genelinde sürdürülebilir turizmi bir zorunluluk haline getirmiştir.

Buradan hareketle yapılacak çalışmanın nihai amacı, yabancı ziyaretçilerin sürdürülebilir turizme yönelik tutumlarının ölçülmesi ve sürdürülebilir turizmin konaklama ve destinasyon seçiminde talebi ne düzeyde etkilediğinin belirlenmesidir. Anket tekniğine dayalı alan araştırmasından oluşan bu çalışmada

öncelikle sürdürülebilir turizm ve turizm talebi arasındaki ilişkiye yönelik ilgili literatür ortaya konulduktan sonra dünyadaki sürdürülebilir turizme yönelik örnekler ele alınmıştır. Daha sonra çalışma kapsamında Dalaman Havalimanı ile Muğla il genelinde en önemli turistik çekim merkezleri olan Bodrum, Fethiye, Köyceğiz, Marmaris, Dalyan ve Sarıgerme'de 800 yabancı turist anket uygulanmış ve 600 veri elde edilmiştir. SPSS 21.1 paket programı kullanılarak sürdürülebilir turizm talebini etkilediği düşünülen faktörlerin analizi yapılmış ve anket sonuçlarının frekans dağılımları hesap edilmiştir.

Elde edilen analiz sonuçlarından, eko turizm, kültürel ve doğal mirasın korunması, yavaş şehir, eko-etiket, işletmenin arz yapısı ve rekabet gücünün sürdürülebilir turizm talebini etkilediği gözlenmiştir. Bununla birlikte yabancı ziyaretçilerin %77.6'sı sürdürülebilir turizm sunan işletmeleri diğer işletmelere göre tercih edebileceklerini ve %54.3'ü ise sürdürülebilir turizm ürünü sunan işletmeye daha fazla ücret ödemeye gönüllü olacaklarını ifade etmişlerdir. Benzer şekilde her zaman fiyat odaklı turizm anlayışı sergilemenin doğru olmadığını, sürdürülebilir ürün kullanan ve bu konuya gerçek anlamda önem veren destinasyon ve konaklama işletmelerini tercih etme olasılıklarının yüksek olduğunu belirtmişlerdir.

Yöresel Lezzet Deneyiminin Destinasyon İmajı ve Destinasyon Sadakati Üzerine Etkisi: Mersin'i Ziyaret Eden Yerli Turistler Üzerinde Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Sercan BENLİ. Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Uysal YENİPİNAR).

Farklı tatları keşfetmek ve yöresel lezzetleri deneyimlemek amacıyla yapılan seyahatler, son yıllarda önemli bir popülerlik kazanmıştır. Bu tez çalışmasında, Mersin'i ziyaret eden yerli turistlerin, yöresel lezzet deneyimlerinin destinasyon imajı algılarına ve destinasyon sadakati davranışlarına etkisi incelenmiştir. Araştırma, ilişkisel tarama modeliyle sınamacı ve keşfedici türde tasarlanmıştır. Veriler, birçok araştırmacı tarafından geliştirilen ölçekler ile oluşturulan bir anket aracılığıyla toplanmıştır. Anket, kolayda örnekleme tekniğine göre yüz yüze uygulanmıştır. 01 Mayıs 2014 tarihinde başlayan anket uygulaması 30 gün sürmüştür. Anket uygulaması sonunda kullanılabılır 410 adet anket elde edilmiştir. Analizlerde betimleyici istatistiklerin yanı sıra, açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizlerinden ve yapısal eşitlik modeli yol analizinden yararlanılmıştır. Çalışmada katılımcılar, yerel yiyecek deneyimlerini kültürel deneyim, duyulara hitap, bireyler arası ilişki ve psikolojik rahatlama olmak üzere dört faktörde algılamışlardır. Bununla birlikte katılımcıların, Mersin'in destinasyon imajını; eğlence ve açık hava etkinlikleri, yiyecek çeşitliliği ve tesisler, fiyat ve değer, doğal kaynaklar, çevre, tarihi mekanlar, ulaşılabilirlik olmak üzere yedi faktörde, destinasyon sadakatini ise tek faktörde algıladıkları tespit edilmiştir. Yapısal eşitlik modeli yol analizine göre turistlerin yöresel lezzet deneyimlerinin, destinasyon imajı ve destinasyon sadakati üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu bulgulanmıştır. Bununla birlikte, turistlerin yöresel lezzet deneyiminin, destinasyon sadakati üzerindeki etkisinin, algılanan destinasyon imajı sayesinde anlamlı olarak arttığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak, turistlerin yöresel lezzet deneyimlerinin başarısının destinasyona yönelik davranışsal eğilim göstermelerinde etkili olduğu, bununla birlikte destinasyon imajının bu eğilimi önemli ölçüde artıran bir unsur olduğu görülmektedir. Tez çalışması, bu noktaya dikkat çeken kavramsal ve uygulamaya yönelik çıktılar ile sonlandırılmıştır.

Konaklama İşletmelerinin Kurumsal İletişim Yönetimi Çerçevesinde Ticari Fuarlara Katılımına Yönelik Bir Model Önerisi (Doktora Tezi). Ömer ÇOBAN. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Tülay GÜZEL).

Bu tez çalışmasında konaklama işletmelerinin kurumsal iletişim yönetimi çerçevesinde turizm fuarlarına katılımına yönelik model önerisi geliştirilmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın çalışma evrenini 05-08 Aralık 2013 tarihleri arasında Travel Turkey fuarına ve 30 Ocak-02 Şubat 2014 tarihleri arasında EMITT fuarına katılan 410 konaklama işletmesi oluşturmuştur. Araştırmada veriler araştırmacı tarafından fuar esnasında yüz yüze anket uygulaması ve katılımcı gözlem tekniği ile toplanmıştır. Araştırma kapsamında 302 konaklama işletmesinden kullanılabilir anket formu elde edilmiştir. 373 konaklama işletmesinden ise gözlem formu aracılığıyla veri toplanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler üzerinde Mann - Whitney U ve sıralı (ordinal) lojistik regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir. Diğer taraftan gözlem verileri de analize tabi tutulmuştur. Bulgulara göre, konaklama işletmelerinin kurumsal iletişim davranış göstermesi üzerindeki en önemli faktörün fuara katılım şekli olduğu tespit edilmiştir. Fuara tekil (individual) olarak katılım gösteren işletmelerin, fuara katılım sürecinde kurumsal iletişim davranışlarını daha başarılı bir şekilde sergiledikleri tespit edilmiştir. Ayrıca stantta görev alan personelin iç kaynaklardan temin edilmiş olması da kurumsal iletişim davranışları üzerinde etkili bir başka faktör olarak belirlenmiştir. Elde edilen bulgular ışığında bir model önerisi kurgulanmıştır. Model, fuar öncesi, fuar esnası ve fuar sonrası olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. Model, işletmelerin fuar öncesi, fuar esnası ve fuar sonrası faaliyetlerini ve bu süreci kurumsal iletişim anlayışı çerçevesinde nasıl yönetmeleri gerektiğini anlatmaktadır.

Yöneticilerin Liderlik Davranışları ile İşgörenlerin İş Tatmin Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Ankara'daki Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama (Yüksek Lisans Tezi). Ertuğrul DÜZGÜN. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, 2014 (Danışman: Doç. Dr. Arzu KILIÇLAR).

Yöneticiler, işletmelerinde iş verimini ve işletme içi huzuru artırmak için çaba harcarlar. Fakat sergiledikleri bu liderlik davranışlarının işgörenler açısından nasıl algılandığı konusunda yeterli geri bildirimler almamaktadırlar. Halbuki liderlik davranışları işgörenlerin iş tatmininin sağlanmasında son derece önemlidir. Özellikle de hizmet sektöründe hizmeti doğrudan müşteriye sunan işgörenler için iş tatmini önemli bir role sahiptir. Bu bağlamda işgörenlerin sadece ekonomik birer varlık olmadığı, aynı zamanda sosyal yönlerinin de bulunduğu noktasi önem kazanmaktadır. Yani işletme bünyesinde bulunan işgörenlerin sadece ekonomik beklenti içinde olmadıkları, aynı zamanda farklı sosyo-psikolojik beklenti ve ihtiyaçlarını karşılamak içinde örgütte buldukları göz önünde tutulmalıdır.

Bu bağlamda araştırmanın amacı, yöneticilerin liderlik davranışlarının işgörenlerin iş tatmini üzerindeki etkisinin belirlenmesidir. Bu amaçla Ankara'da bulunan toplam 14 adet 5 yıldızlı konaklama işletmesinin tamamına ulaşılmıştır. Buralardaki işgörenlerden anket yöntemiyle veriler toplanmış ve toplamda

386 adet anket formu değerlendirilmeye alınmıştır. Üç bölümden oluşan formun ilk bölümünde demografik bilgiler, ikinci bölümünde yöneticilerin liderlik davranışlarını ölçen ifadeler yer alırken, üçüncü bölümünde işgörenlerin iş tatmin düzeylerini ölçen ifadeler yer almıştır. Bu ifadelerin tamamı işgörenler tarafından doldurulmuştur. Elde edilen veriler SPSS programıyla analizleri yapılmış ve yöneticilerin liderlik davranışları ile işgörenlerin iş tatmin düzeyleri arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Bu tespit sonucuna dayanarak araştırmanın son bölümünde konuya ilişkin öneriler getirilmiştir.

Turistlerin Sosyo-Demografik Özelliklerinin Algıladıkları Destinasyon İmajına Etkisi: Ankara'da Bir Uygulama (Yüksek Lisans Tezi). Yusuf DÜNDAR. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, 2014 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Evren GÜÇER).

Bir destinasyon için turistlerin satın alma veya tekrar satın alma kararını ve memnuniyet düzeyini etkileyen en önemli unsurun destinasyon imajı olduğu söylenebilir. Destinasyon imajının turistler tarafından nasıl algılandığının bilinmesi başarılı bir turizm tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde çok önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle, destinasyona yönelik araştırmacılar, turizm pazarlamacıları ve yöneticileri tarafından verilecek stratejik kararlarda kullanılmak üzere destinasyon imajını ölçen turist odaklı çalışmaların yeterli sayıda yapılması ve sonuçlarının belirli periyotlarda güncellenmesi gerekmektedir.

Bu çalışmada bir turistik destinasyon olarak Avrupa ülkeleri başta olmak üzere diğer ülke başkentleri ile kıyaslandığında istenilen seviyede olmayan Ankara'nın yabancı turistler açısından imajının analiz edilmesi ve değerlendirilmesi, aynı zamanda algılanan destinasyon imajının yabancı turistlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğinin de ortaya konulması amaçlanmıştır. Araştırmanın amaçlarını gerçekleştirmek için literatür taraması sonucunda oluşturulan anket, 2014 yılı Şubat ayında, Ankara Esenboğa Havalimanı dış hatlar giden peronu bekleme salonunda yabancı turistlere uygulanmış ve 688 anket değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Elde edilen verilerin analizinde, "yüzde", "frekans", "standart sapma", "aritmetik ortalama", "bağımsız örneklem için t-testi", "tek faktörlü varyans (Anova) analizi", "Tukey (HSD) testi" analizleri kullanılmıştır.

Algılanan destinasyon imajını belirleyen 13 faktör (Turistik Yan Hizmetler, Sosyal Çevre ve Bölge Atmosferi, Genel Altyapı, Yiyecek-İçecek Hizmetleri, Eğlence Hizmetleri, Mimari, Doğal Çevre, Dinlenme ve Eğlence, Yöre Halkı Eğitim Düzeyi, Konaklama Hizmetleri, Doğal Kaynaklar, Tarihi ve Kültürel Mekanlar, Müze ve Dini Mekanlar) üzerinden Ankara'nın imajı ayrıntılı bir şekilde analiz edilerek değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, özetle, milliyet değişkeninin algılanan destinasyon imajı üzerinde oldukça önemli bir etkiye sahip olduğu, cinsiyet değişkeninin ise hiçbir etkisinin bulunmadığı, genel olarak Rus turistlerin diğer turistlere oranla daha çok memnun ayrıldıkları, Ankara'nın restoranların sayısı, fiyatlarının uygunluğu ve kalitesi açısından değerlendirilen yiyecek ve içecek hizmetleri boyutunda en olumlu algıya sahip olduğu, yöre halkı eğitimi düzeyi boyutunda ise en olumsuz algıya sahip olduğu gibi önemli sonuçlara ulaşılmıştır.

YAYIN DİZİNİ

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi: 25 Yıllık Öyküsü; Bir Dergiden Öte Belki de Bir Enstitü..., Nazmi KOZAK, 25 (1): 7 - 25.

Sanal Kaytarma ve Demografik Özellikler Açısından Farklılıklar: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, Metin KAPLAN - Ali Şükrü ÇETİNKAYA, 25 (1): 26-34.

Borsa İstanbul'da İşlem Gören Turizm Şirketlerinin Finansal Performanslarının Gri İlişkisel Analiz Yöntemiyle Ölçülmesi, Fatih ECER - Fatih GÜNAY, 25 (1): 35-48.

Sürdürülebilir Destinasyon Yaratma Sürecinde Örgütlenmenin Önemi: Çanakkale Turizmi Üzerine Bir Araştırma, Koray GENÇ - Lütfi ATAY - Mustafa Yunus ERYAMAN, 25 (1): 49-61.

Yaşlı Turistlerin Otel İşletmelerinde Önem Verdiği Ürün ve Hizmetler: Alman İngiliz ve Hollandalı Turistlere Yönelik Bir Karşılaştırma, Tahir ALBAYRAK - Meltem CABER - Müjde BİDECİ, 25 (1): 62-74.

Deneyimsel Bir Hizmet Uzantısı Olarak Okunabilirlik: Seminerlerin Okunabilirlik Boyutlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma, Deniz KARAGÖZ - Nazmi KOZAK, 25 (1): 75 - 87.

Turistlerin Karar Verme Sürecinin Amaca Yönelik Davranış Modeli ile Değerlendirilmesi: Mevlana Şeb-i Arus Törenleri Örneği, Alaattin BAŞODA - Serkan AYLAN, 25 (1): 88 - 104.

Etik İklim İşe Yabancılaşma ve Örgütsel Özdeşleşmenin İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, Muharrem TUNA - Murat YEŞİLTAŞ, 25 (1): 105 - 117.

Seyahat Acentelerinde Otantik Liderliğin Çalışanların Yalakalık Eğitimlerine Etkisi, Özkan TÜTÜNCÜ - Yılmaz AKGÜNDÜZ, 25 (2): 167-175.

Engellilerin Turizm Kısıtları ve Turist Olma Niyeti İlişkisinde Araç Değişkenler: Motivasyon Gücü ve Öğrenilmiş Çaresizlik, Beykan ÇİZEL - Rabia Bato ÇİZEL, 25 (2): 176-189.

Müşterilerin Restoran Seçimlerini Etkileyen Faktörler: İstanbul Örneği, Aşlı ALBAYRAK, 25 (2): 190-201.

Otel İşletmelerinde İşgörenlerin Olumlu Sosyal Davranışlarının Hizmet Kalitesi Üzerine Etkisi: Nevşehir Örneği, Duygu EREN - Neşe Çullu KAYGISIZ, 25 (2): 202-210.

21. Yüzyılda Yeni Nesil Konaklama Yapıları: Butik Otel Yaklaşımı, Ece AYKOL - Rengin ZENGEL, 25 (2): 211-225.

Yavaş Şehir Olgusunun Kentsel Yaşam Kalitesi Üzerindeki Algılanan Etkisi, Yeşim COŞAR, 25 (2): 226-240.

Amik Ovası'nın Tarım (Agro) Turizmi Potansiyelinin Coğrafi Yaklaşımla İncelenmesi, Emre ÖZŞAHİN - Çağlar Kıvanç KAYMAZ, 25 (2): 241-257.

Rekreasyon İncelemeleri

Toplum ve Açık Hava Rekreasyon Faaliyetleri: ABD Örneği, Özkan TÜTÜNCÜ - İpek AYDIN, 25 (1): 118-120.

II. Rekreasyon Terapisi Kampının Ardından, Merve KOCA - Sercin KOSOVA, 25 (2): 258-259.

Turizm Tarihinden

Türklerde Turizm, Mehmet ÖZDEMİR, 25 (1): 121 - 130.

Türk Turizm Tarihi İçerisinde Evliya Çelebi'nin Yeri ve Önemi, Mehmet ÖZDEMİR, 25 (2): 260 - 268.

Türk Turizm Araştırmacıları

Turizme Özgün Bir Bakış Açısı: Hasan Zafer Doğan, Hacer HARLAK, 25 (1): 131-137.

Türkiye'de Rekreasyon Alanının Öncülerinden Erken Yitirdiğimiz Bir Değer: Mustafa Sağcan, Osman Eralp ÇOLAKOĞLU, 24 (1): 138-141.

Turizm Eğitiminde Farklı Bir Ekol Olarak Dokuz Eylül Üniversitesi ve Alparslan Usal, Özkan TÜTÜNCÜ, 25 (1): 141-145.

Bir Turizm Duayeni: Çok Yönlü Yetkinliği ve Dinamik Kişiliğiyle Alp Timur, Osman Avcı KURGUN, 25 (1): 145-149.

İğdir'dan Dallas'a, Dallas'tan Kuşadası'na Uzanan Bir Başarı Öyküsü: Bahattin Rızaoğlu, Murat HANÇER, 25 (2): 269 -272.

Gönülsüz Ayrılık: Cemil Boyacı, Beykan ÇİZEL, 25 (2): 272 -274.

Türkiye'de Turizm Disiplininden Gelen İlk Rektör: Necdet Hacıoğlu, Cevdet AVCIKURT, 25 (2): 275 - 279.

Bürokrasiden Akademiye Turizmde Gelişiminin Köşetaşlarının Döşenmesi: Nüzhet Kahraman, Oğuz TÜRKAY, 25 (2): 279 -285.

Turizmde Sıradışı Bir Karakter: Öcal Usta, Zeynep ASLAN, 25 (2): 285 - 287.

Etkinliklerimiz

Anadolu Üniversitesi Turizm Araştırma ve Uygulama Birimi'nde 2010 - 2013 Yılları Arasında Gerçekleştirilen Faaliyetler Üzerine Değerlendirme, Nazmi KOZAK, 25 (2): 289 - 312.

Konferans Notları

14. Ulusal Turizm Kongresi, A. Celil ÇAKICI - Serhat HARMAN, 25 (1): 150

II. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi'nin Ardından..., İpek AYDIN - Taki Can METİN, 25 (1): 151-152.

Cittaslow Gökçeada "Eko-Gastronomi Kongresi" Ardından, E. Ozan AKSÖZ, 25 (2): 313 - 314.

"Türkiye, İzmir ve Foça Turizmi: 2013 Değerlendirmesi ve Gelecekte Beklentiler" Paneli, Nil SONUÇ, 25 (2): 314 - 315.

IV. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu Ardından..., Şule ÇÖLBAY, 25 (2): 314 - 315 - 316.

III. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi'nin Ardından, Dönüş ÇİÇEK, 25 (2): 316 - 317.

Önemli buluşmanın 2014 sürümünün ardından..., Hanım Kader ŞANLİÖZ ÖZGEN, 25 (2): 317 -

VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi'nin Ardından, Kübra AŞAN, 25 (2): 319 - 321.

YAZAR DİZİNİ

AKGÜNDÜZ, Y., 25 (2): 167-175.

AKSÖZ, E. O., 25 (2): 313 - 314.

ALBAYRAK, A., 25 (2): 190-201.

ALBAYRAK, T., 25 (1): 62-74.

ASLAN, Z., 25 (2): 285 - 287.

AŞAN, K., 25 (2): 319 - 321.

ATAY, L., 25 (1): 49-61.

AVCIKURT, C., 25 (2): 275 - 279.

AYDIN, İ., 25 (1): 151-152.

AYDIN, İ., 25 (1): 118-120.

AYKOL, E., 25 (2): 211-225.

- AYLAN, S., 25 (1): 88 - 104.
 BAŞODA, A., 25 (1): 88 - 104.
 BİDECİ, M., 25 (1): 62-74.
 CABER, M., 25 (1): 62-74.
 COŞAR, Y., 25 (2): 226-240.
 ÇAKICI, A. C., 25 (1): 150.
 ÇETİNKAYA, A. Ş., 25 (1): 26-34.
 ÇİÇEK, D., 25 (2): 316 - 317.
 ÇİZEL, B. 25 (2): 176-189; 25 (2): 272 -274.
 ÇİZEL, R. B., 25 (2): 176-189.
 ÇOLAKOĞLU, O. E., 24 (1): 138-141.
 ÇÖLBAY, Ş., 25 (2): 314 - 315 - 316.
 ECER, F., 25 (1): 35-48.
 EREN, D., 25 (2): 202-210.
 ERYAMAN, M. Y., 25 (1): 49-61.
 GENÇ, K., 25 (1): 49-61.
 GÜNAY, F., 25 (1): 35-48.
 HANÇER, M., 25 (2): 269 -272.
 HARLAK, H., 25 (1): 131-137.
 HARMAN, S., 25 (1): 150.
 KAPLAN, M., 25 (1): 26-34.
 KARAGÖZ, D., 25 (1): 75 - 87.
 KAYGISIZ, N. Ç., 25 (2): 202-210.
 KAYMAZ, C. K., 25 (2): 241-257.
 KOCA, M., 25 (2): 258-259.
 KOSOVA, S., 25 (2): 258-259.
 KOZAK, N., 25 (1): 7 – 25; 25 (1): 75 – 87; 25 (2): 289 - 312.
 KURGUN, O. K., 25 (1): 145-149.
 METİN, T. C., 25 (1): 151-152.
 ÖZDEMİR, M., 25 (1): 121 – 130; 25 (2): 260 - 268.
 ÖZŞAHİN, E., 25 (2): 241-257.
 SONUÇ, N., 25 (2): 314 - 315.
 ŞANLIÖZ ÖZGEN, H. K., 25 (2): 317 -
 TUNA, M., 25 (1): 105 - 117.
 TÜRKAY, O., 25 (2): 279 -285.
 TÜTÜNCÜ, Ö., 25 (1): 118-120; 25 (1): 141-145; 25 (2): 167-175.
 YEŞİLTAŞ, M., 25 (1): 105 - 117.
 ZENGEL, R., 25 (2): 211-225.

2014 YILI HAKEM LİSTESİ

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'ne önerilen makalelerin değerlendirilmesindeki özveriili çalışmalarından dolayı bütün hakemlere çok teşekkür ederiz, Editörlük

- AKAL, M., Sakarya Üniversitesi
 AKOĞLAN KOZAK, M., Anadolu Üniversitesi
 ALTINAY, L., Oxford Brookes Üniversitesi
 ALVAREZ, M. D., Boğaziçi Üniversitesi
 AŞAN, Z., Anadolu Üniversitesi
 BABACAN, İ., Pamukkale Üniversitesi
 BAKIR, H., Anadolu Üniversitesi
 BAŞ COLLİNS, A. Bilkent Üniversitesi
 BATMAN, O., Sakarya Üniversitesi
 BOLAT, T., Balıkesir Üniversitesi
 ÇAKICI, C., Mersin Üniversitesi
 ÇUHADAR, M., Süleyman Demirel Üniversitesi
 DENİZCİ GUILLET, B., Hong Kong Polytechnic Üniversitesi
 DİNÇER, M. Z., İstanbul Üniversitesi
 DOĞAN, İ., (2) Afyon Kocatepe Üniversitesi
 DOĞANER, S., İstanbul Üniversitesi
 DUMAN, T., International Burch Üniversitesi
 EBY, G., Anadolu Üniversitesi
 EKİNCİ, Y., Oxford Brookes Üniversitesi
 ELGÜN, A., Ege Üniversitesi
 EMEKLİ, G., Ege Üniversitesi
 EMİR, O., Anadolu Üniversitesi
 ERGÜVEN, M. H., Kırklareli Üniversitesi
 GÖREGENLİ, M., Ege Üniversitesi
 GÜLDİR, O., Anadolu Üniversitesi
 GÜNEREN, E., Nevşehir Üniversitesi
 GÜNLÜ, E., (2) Dokuz Eylül Üniversitesi
 GÜRBÜZ, B., Ahi Evran Üniversitesi
 HALICI, A., Başkent Üniversitesi
 HAMARAT, B., Çanakkale Üniversitesi
 İPLİK, F. N., Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi
 KAHRAMAN, N., İstanbul Ticaret Üniversitesi
 KARADENİZ, E., Mersin Üniversitesi
 KARAMUSTAFA, M., (3) Erciyes Üniversitesi
 KARATEPE, O., Doğu Akdeniz Üniversitesi
 KARTARI, A., Kadir Has Üniversitesi
 KATIRCIOĞLU, S., Doğu Akdeniz Üniversitesi
 KIZILIRMAK, İ., İstanbul Üniversitesi
 KOÇ, E., Balıkesir Üniversitesi
 KOÇAK, G. N., Mersin Üniversitesi
 KOYUNCU, M., Nevşehir Üniversitesi
 KUŞLUVAN, S., İstanbul Medeniyet Üniversitesi
 KÜÇÜKUSTA, D., Hong Kong Polytechnic Üniversitesi
 ÖZDEMİR, B. (2) Akdeniz Üniversitesi
 ÖZDOĞAN, O. N., (2) Adnan Menderes Üniversitesi
 ÖZER, M., Anadolu Üniversitesi
 ÖZGEN, I., Dokuz Eylül Üniversitesi
 ÖZKAN TEKTAŞ, Ö., Hacettepe Üniversitesi
 ÖZTÜRK, Y., Gazi Üniversitesi
 PIRNAR, İ., Yaşar Üniversitesi
 SALDAMLI, A., Nişantaşı Üniversitesi
 SAMANCI, Ö., Yeditepe Üniversitesi
 SARIŞIK, M., Sakarya Üniversitesi
 SOYKAN, F., Ege Üniversitesi
 ŞENTÜRK, L., Ö., Hacettepe Üniversitesi
 TANRISEVDİ, A., Adnan Menderes Üniversitesi
 TARCAN, E., Akdeniz Üniversitesi
 TAYLAN, B., Yeni Yüzyıl Üniversitesi
 TEKĞÜL ŞANLIER, N., Gazi Üniversitesi
 TEPECİ, M., Celal Bayar Üniversitesi
 TUNA ULTAV, Z., İzmir Ekonomi Üniversitesi
 TÜRKAY, O., Sakarya Üniversitesi
 YARCAN, Ş., (Emekli Öğretim Üyesi)
 YEŞİLTAŞ, M., Gazi Üniversitesi
 YOLAL, M., Anadolu Üniversitesi
 YÜNCÜ, R., Anadolu Üniversitesi

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, altıaş aylık dnemelerde (Bahar ve Gz) yayımlanır ve merkezi, Ankara'dır. Dergide turizm ve ilgili/işlişli dallerını ilgilendiren konularda hazırlanmış makaleler yayımlanır. Derginin yayıncısı, editörü ve yayın kurulu yazarların belirtmiş olduğu görüş ve düşünceler ile doğabilecek etik ihlallerinin sorumluluğunu kabul etmekle yükümlü olmayıp dergide yer alan makale ve yazıların sorumluluğu yazarına/yazarlarına aittir. Dergiye, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi* şeklinde atıf yapılmalıdır.-

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nin yayın politikası; ampirik ve derleme türü (meta-analiz çalışmaları model nerileri olgu sunuları ve tartışmalar vb.) alışmaları yayımlamaktır. Dergiye gönderilen bütün makaleler hakem denetimine alınır kabul görmesi durumunda yayımlanır. Bu nedenle makale değerlendirme sürecini daha verimli kullanabilmek ve derginin bilimsel olma kalitesini daha da yükseltmek için yazarların aşağıda belirtilen yazım kurallarına uymaları önerilir.

MAKALE İNCELEMESİ: Dergiye yayımlanması amacıyla önerilen makaleler en az iki hakem tarafından değerlendirmeye tabi tutulur hakemlerin önerilerine dikkate alınır ve istenilen düzeltmelerin yerine getirilmesi koşuluyla yayımlanır. İstenilen şablona ve önerilere bağlı kalınarak hazırlanan ve gönderilen makaleler işleme konulur.

MAKALELERİN GöNDERİLECEğİ ADRES:

Yrd. Doç. Dr. ağıl Hale ÖZEL, Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Yunus Emre Kampusu, 26470 Eskişehir.

Tel: (0222) 335 05 80/2128

Faks: (0222) 335 66 51

E-posta: chkayar@anadolu.edu.tr

E-posta: nkozak@anadolu.edu.tr

MAKALE TESLİMİ: Makalelerin e-posta ortamında gönderilmesi tercih edilmelidir. Belirtilecek bilgiler arasında yazarın adı-soyadı ve akademik derecesi telefon ve faks numaraları ile e-posta adresini içeren bilgilerin yer almasına dikkat edilmelidir. Gönderilecek olan makaleler daha önce herhangi bir basılı veya sanal bir ortamda yayımlanmamış olmalıdır. Bununla birlikte daha önce yayımlanan bir makalenin evrisi kısaltılmış ya da genişletilmış şeklinin gönderilmesi durumunda daha önce yayımlanmış orijinal kısmın rneği de gönderilmeli ve daha önce yayımlanan makaleden farklı olan yönler ayrıca belirtilmelidir.

Not: Makale gönderilirken aşağıdaki adres ziyaret edilerek elde edilecek *Telif Hakkı Devir Belgesi* onaylanarak gönderilmelidir.

<http://www.anatoliajournal.com/copyright.pdf>

MAKALE BAşLIğI: Okuyucunun makale ile ilk olarak amacını açıkça ifade edebilen bir başlık aracılığıyla işliş kurduğu akıldan çıkarılmamalıdır. Bu nedenle başlığın makalenin amacını ve sınırlarını tam olarak anlatabilen bir içerikte olmasına dikkat edilmelidir. Dolayısıyla makale başlığının çok uzun olmasına dikkat edilerek makalede anlatılan çalışmayı içermesi sağlanmalıdır. Başlığın; 10 sözcüğü ya da boşluklar dahil 60 karakteri geçmemesine zen gösterilmelidir.

Z: Her makalede Türkçe ve İngilizce dillerinde hazırlanmış öz bulunmalıdır. Bilindiği gibi öz makalede önemsiz ayrıntıların atlanarak ana noktaların belli bir anlam içerecek şekilde kısaca ifade edilmesidir. z, en az 140, en fazla 150 sözcüğü geçmeyecek şekilde hazırlanmalıdır. Genel olarak zn hazırlanmasında; çalışmanın konusu amacı hazırlanma yöntemi veri derleme aracı/araçları ve teknikleri örnekleme analiz biçimi ve sonuçlara işlişin açıklamalar yer almalıdır.

ANAHTAR SÖZCÜKLER: Bilindiği üzere, yayımlanan makalelere yer veren indeks ve öz (abstract) veri tabanlarında anahtar sözcükler makalelere ulaşımı kolaylaştırır. Veri tabanları üzerinde yapılacak taramalardan rasyonel sonuçların alınabilmesi için anahtar sözcüklerin doğru verilmiş olması önemlidir. Anahtar sözcük sayısı 6 ile sınırlandırılmalıdır. Sıralanma şekli inceleme konusu olan konunun yer aldığı disiplinden başlayıp daha ayrıntılı olan konu-

lara doğru olmalıdır. Çalışmanın uygulandığı coğrafi alan/bölge en sonda yer almalıdır.

GİRİŞ: Giriş bölümünün amacı çalışmanın genel bir tespitini ve analizini yapmaktır. Çalışmanın amacı aşamaları bölümleri işlenen düşünceler net ve bütünlüklü olarak kısaca özetlenerek okuyucuya aktarılmalıdır. Konunun ne olduğu araştırmanın niçin yapıldığı hangi bölümlerde nelerin söz konusu edildiği gibi soruların yanıtları yer almalıdır. Bu sorular arasında var olan bir sorunu ortaya koymak bir soruna çözüm getirmek herhangi bir konuyla ilgili literatüre katkıda bulunmak gibi amaçlar bulunabilir. Bu bölümde konu ile ilgili literatür taramasına ve araştırma yöntemine yer verilmemelidir. Giriş kısmının 500 sözcüğü geçmemesine zen gösterilmelidir.

KURAM: Bu bölüme "konu" da denilmektedir. Bu bölümde çalışmanın dayandığı kuramsal çerçeveye yer verilir. Böylelikle hazırlanan makalenin hangi alan üzerine hazırlandığı açıklanır. Bu bölümle ilgili anlatımlar söz konusu çalışmaya açılım sağlayan kuramsal ereve ile sınırlı tutulmalıdır. Kuram bölümü araştırmanın dayandığı alan ve konu ile bağlantılı olmak üzere en fazla 800 sözcük olmalıdır.

İLGİLİ ÇALIŞMALAR: Bu bölümde makale konusuna giren alanda daha önce geekleştirilmış benzer araştırmalara yer verilir. İlgili alışmalar bölümüne çeşitli yazarlar literatür (alanyazın) taraması örneğinde olduğu gibi farklı isimler verebilmektedir. Söz konusu araştırmalarda hangi konuların hangi yöntemle incelendiği hangi sonuçlara ulaşıldığı vb. konulara kısaca burada değinilir. Ayrıca makalenin ilgili alana getirdiği katkının belirlenmesi açısından da ilgili çalışmalara yer verilmesi önemlidir. Makale yazarı ilgili alanda var olan hangi boşlukta bilime katkıda bulunduğunu ortaya koyabilmesi için ilgili çalışmalar bölümünün eksiksiz bir şekilde hazırlanması gerekmektedir.

YÖNTEM: Bu bölümde, şimdiye kadar yapılan açıklamaların işiğinde var olan veya olduğuna inanılan sorunun ve çözümünün ortaya konulabilmesi için yrtlen araştırmaya ait bilgiler açıklanır. Çalışmada kullanılacak yaklaşım ve yöntemin tam bir betimlemesi yapılır. Bu bilgilerin verilmesinin esas amacı kullanılan yöntemin izlenmesi ile bir başka araştırmacının aynısını tekrarlamasına olanak tanınmasıdır. Bu nedenle yöntem bilimsel bilginin temeli olan tekrar edilebilirlik koşulu için yeterli açıklıkta anlatılmalıdır. Bu bölümde ayrıca, anakütlenin özellikleri, bilgi toplama tekniği, niçin bu veri toplama tekniğinin tercih edildiği, tekniğin avantajlı ve dezavantajlı yönlerine işlişin açıklamalar yer alır. Araştırmada veri derlemede kullanılan aracın geliştirilme aşamaları ve içeriği gibi konular olabildiğinde ayrıntılı bir şekilde açıklanır. Araştırma alan araştırması tekniklerinden biri ile geekleştirilmış ise seçilen örnekleme tekniği ve bu tekniğin tercih edilme nedenleri açıklanır. Çalışma, "toplubakış makalesi (veya derleme)" yani literatür incelemesi ierėinde hazırlanmış ise, yöntem bölümünde açıklanan konular dikkate alınmayabilir.

ANALİZ VE BULGULARIN YORUMLANMASI: Yöntem ile ilgili açıklamaların ardından araştırmanın esasını teşkil eden verilerin analizinin yapıldığı bölüme sıra gelir. Elbette ki analiz bölümü veri derlemeye dayalı olan çalışmalar için geçerlidir. Derleme (toplu bakış) türü makalelerde analiz bölümü genellikle bulunmaz. Buradaki açıklamalar genel olarak alan araştırması teknikleri ile derlenen verilerin analizi üzerine yapılmaktadır. Analiz çeşitinin seçimi, istatistiksel testler, güven aralığı, istatistiksel testlerin tercih edilme nedeni vb. noktalar bölümün giriş kısmında açıklanır. Bunlar yapıldıktan sonra sıra bulguların yorumlanması gelmiştir. Bulguların yorumlanması bölümünde ise verilerin analizi ile elde edilmiş bulguların sunumu yapılır. Bulgular araştırma soruları başka deyişle hipotezler ile değerlendirilerek organize edilir. Hipotezlerin işiğinde veriler incelenir ve yorumlanır. Bulguların hipoteze uygunluğu değerlendirilir. Sunum biçimi; tablo, grafik veya şekillerden biri veya birkaçı ile geekleştirilebilir. İstatistiksel analiz sonuçlarının sunumu da bu bölümde yer alır. Bulguların yorumlanması bölümünde bulguların tekli ikili veya çoklu tablolara biçiminde istatistiksel testlerin sonuçları ile birlikte sununun tercih edilmesi yerinde olacaktır. Böylelikle hangi testin hangi veriler üzerine uygulandığına işlişin bilgiler daha açık bir şekilde anlaşılır. Bulguların yorumlanması bölümünde örnekleme işlişin genel bilgiler (demografik veri-

ler) araştırmadan elde edilen bilgiler olmak üzere iki aşamada sunulmalıdır. Araştırmadan elde edilen bulgular ise kendi arasında bir veya birkaç aşamalı olarak sunulabilir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken husus makalede gereğinden fazla kullanarak açıklamaları tablolar ile boğmamaktır. Mümkmn olduğunca tablolar birleştirilmeli ya da araştırma amacı/sorunu ile doğrudan ilgili olmayan tablolar kullanılmamalıdır. Ayrıca genel bilgilerin tek bir tablo halinde sunulmasında yarar vardır. Tablo sayısı, kesinlikle 5-6'yı aşmamalıdır. Bu sayıyı aşan ve yer verilmemesinin çalışmanın eksik açıklanacağının düşünüldüğü durumlarda, makaleyi dergiye önermeden önce, dergi editörü ile irtibat kurulmalıdır.

SONUÇ: Makaleden elde edilen sonuçların özetlendiği gerektiği durumlarda genellemelerin yapıldığı bölümdür. Bu bölüm ele alınan sorunun kısa bir tekrarı ile başlamalı ve bunu elde edilen sonuçların kısa bir özeti izlemelidir (ampirik çalışmalar için). İfadeler kısa ve öz olmalıdır. İlgili literatüre yapılan olası bilimsel katkı da burada kısaca özetlenmelidir. Sonuç bölümündeki açıklamaların 400 kelimeyi geçmemesine dikkat edilmelidir.

DEĞERLENDİRME: Sonuçtan sonra yer alan bu bölümde daha sonra bu alanla ilgili araştırmalarda bulunacak olanlara yol gösterici açıklamalar yapılır. Olası araştırmacılara bu alanda hangi konuların araştırılması gerektiği, araştırmalarda hangi konulara dikkat edilmesi gerektiği gibi açıklamalarda bulunulabilir. Değerlendirme bölümünün hazırlanması zorunlu olmayıp ancak yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda hazırlanığında diğer araştırmacılara yol gösterici olacağı da kuşkusuzdur.

TEŞEKKÜR: Bu bölümde; yazar(lar) çalışmanın hazırlanması sürecinde yardım almış oldukları kişilere; çalışmaya parasal destek sağlayan kişi kurum ya da kuruluşlara; ya da verilerin kullanılmasına izin veren kişi kurum ya da kuruluşlara teşekkür edebilir. Bu not çalışma metninin bitiminde ama referanslardan önceki kısımda yer almalıdır.

DİĞER BİLGİLER: Ek olarak gönderilen bir makalenin sağlıklı bir hakem denetiminden geçmesi ve "makale değerlendirme" aşamasının kısa sürede sonuçlanması için makale dilinin Türkçe kuralları ile bilimsel anlatım standartlarına uygun ve yapılan görgül çalışmaların sonuçları güvenilir olmalıdır. Bu konuda gerekiyorsa uzman akademisyenlerden yardım alınmalıdır. Makalede toplam sözcük sayısının 6000'den fazla olmamasına özen gösterilmelidir (ana metin referanslar ve tablo-şekiller dahil). Yazılarda Türk Dil Derneği'nin yazım kılavuzu temel alınmalı yabancı sözcükler yerine olabildiğince Türkçe sözcükler kullanılmalıdır. Konu ile ilgili uluslararası literatürde yer edinmiş teknik kavramların metin içinde yer aldığı ilk yerde yabancı dildeki karşılığı parantez içinde verilmelidir.

REFERANS VERME: Sadece metin içerisinde belirtilen çalışmalara 'kaynakça' kısmında yer verilmelidir. Bu bölümde eksik (metinde belirtilmiş ancak 'kaynakça' kısmında yer almayan) ya da fazla (metin içerisinde belirtilmemiş ancak 'kaynakça' kısmında yer alan) kaynak isimlerine yer verilmemesine özen gösterilmelidir. Kaynaklar yazarların soyadına göre alfabetik sıra ile verilmelidir. Türkçe ile yabancı kaynaklar ya da makaleler ile kitaplar için ayrı bir sınıflandırma yapmadan tek bir liste oluşturulmalıdır.

Metin içerisinde: İlgili çalışmalara yapılacak atıflarda yazarların soyadları ve yayın tarihi kullanılır. Örneğin;

Dener (1996) ...

Dener'e (1996) göre.....

Uysal ve Crompton (1985)....

Uysal ve Crompton'a (1985) göre....

Yazar sayısı üçten fazla olan eserlere metin içerisinde yapılacak atıflarda sadece ilk yazarın soyadı yazılarak sonrakiler (vd) şeklinde belirtilecektir. Örneğin;

Timur vd. (2000)

Timur ve arkadaşları (2000)

(Timur vd. 2000).

(Timur ve arkadaşları 2000).

Parantez içerisinde cümle sonunda birden fazla esere atıfta bulunuluyor ise, kaynaklar yayın tarihi sırasına göre verilmelidir (en eskiden en yeniye doğru). Örneğin;

(Dener 1996; Uysal 1998; Morrison 2002) gibi.

KAYNAKÇA DÜZENİ: Atıf yapılan bütün kaynaklar cilt, sayı ve sayfa numarasının tümünü kapsmalıdır. Kaynakların listesine çalışmanın sonunda ve aşağdaki şekilde gösterildiği gibi yazarların soyadı sırasına göre yer verilmelidir.

Sürelili Yayınlar / Dergiler:

Yücelt U. ve Marcella M. (1996). Services Marketing in the Lodging Industry: an Empirical Investigation, *Journal of Travel Research*, 34 (4): 32- 38.

Kitaplar:

Witt E. S. ve Witt C. A. (1992). *Modelling and Forecasting in Tourism*. Londra: Academic Press.

Kitap Bölümleri:

Uysal M. ve Hagan L. A. R. (1992). Motivations of Pleasure Travel and Tourism. İçinde; M. Khan M. Olsen ve T. Var (Editörler) *VNRs Encyclopedia of Hospitality and Tourism* (ss. 798-810). New York: Van Nostrand Reinhold.

Tez Çalışmaları:

Timur A. (1978). Turizm Fiyat Enflasyon İlişkileri (*Basılmamış Doktora Tezi*). İzmir: Ege Üniversitesi İşletme Fakültesi.

İnternetteki Makaleler:

Elektronik Reference Formats Recommended by the American Psychological Association. (19 Kasım 1999). Washington DC: American Psychological Association <http://www.apa.org/journals/webref.html> adresinden alınmıştır.

İnternette diğer tür doküman ve bilgilere atıfta bulunulması durumunda <http://www.apa.org/journals/webref.html> adresinde yer alan Elektronik Reference Formats Recommended by the American Psychological Association başlığı altındaki açıklamalar dikkate alınmalıdır.

TABLO ŞEKİL VE FOTOĞRAFLAR: Makale ile ilgili diğer bütün ekler özenle hazırlanmalı ayrı sayfalarda gönderilmeli ve metin içerisinde nerede yer alacağı belirtilmelidir (Tablo 1 buraya gibi). Tablolar ana metine atıf yapılmadan anlaşılır bir şekilde olmalı tablo başlığının yanı sıra kolonlar için de başlık verilmelidir. Çok uzun ya da çok geniş tablolardan kaçınılmalıdır. Şekil ve grafikler sade ve baskı için hazır olmalı ve başlık içermelidir. Birinci yazarın adı ve grafik numarası kağıdın arkasına silik bir şekilde kurşunkalem ile yazılmalıdır. Şekil ve grafikler için başlıklara çalışmanın sonunda ayrı bir sayfada yer verilmelidir. Fotoğraflar beyaz düz kağıt üzerinde gönderilmeli (slaytlar kabul edilmemektedir) ve bu sayfalara numara verilmemelidir.

SAYFA ÖRNEKLERİ VE ÇOĞALTMA: Düzenlenmiş sayfa örnekleri yazıda belirtilen ilgili yazara gönderilecektir. Ek olarak makalelerin yer aldığı dergi sayısının gönderilmesi işlemleri için bir talep formu da yer alacaktır. Düzenlenmiş sayfa örnekleri üzerinde sadece küçük değişikliklere izin verilmektedir

BAZI ETİK KONULARI: Zaman zaman turizm alanında da bilim etiği ihlalleri ortaya çıkabilmektedir. Akademik alanda çalışıyor olsun veya olmasın, bile-rek veya bilmeyerek yapılan bazı etik ihlalleri yıllar sonra bireylerin önüne gelebilmekte ve vahim sonuçları olabilmektedir. O nedenle, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'ne önerilecek makalelerin hazırlanması ve önerilmesinde; "intihal", "dilimleme", "uydurma (fabrikasyon)", "çarpıtma", "destek belirtmeme", "yazarlıkla ilgili konular (yazar adı belirtmeme, yazarlık sıralaması, yazarlık hakkı, vs.)" ve diğer bilim etiğinde uyulması gereken hususlara uyulmasında gerekli özenin gösterilmesini bekliyoruz.