

I J C T R

International Journal of Contemporary Tourism Research

MOBİL SEYAHAT UYGULAMALARI VE KARADENİZ EREĞLİ İÇİN BİR MOBİL GEZİ REHBERİ
UYGULAMA ÖNERİSİ: KDZEREGLİ TRAVEL GUIDE (KTG)

Fatih ERCAN

IDENTIFYING AND MAPPING OF HALAL TOURISM RESOURCES AND ROUTES IN ETHIOPIA

Mohammed Jemal AHMED, Atilla AKBABA

PROFESYONEL TURİST REHBERLERİNİN DAVRANIŞ VE MESLEKİ
YETERLİLİKLERİNİN TUR KALİTESİNE ETKİSİ

Semi KARA, Mahmut DEMİR

TURİZM EĞİTİMİNDE AKTİF ÖĞRENME VE WEB TABANLI UZAKTAN EĞİTİM:
MÜFREDATLAR ÜZERİNE BİR İNCELEME

İbrahim Halil KAZOĞLU, Bayram ŞAHİN

INFLUENCE OF DIFFERENT COOKING METHODS ON BIOACTIVE PROPERTIES OF BROCCOLI

Çağla ÖZER

EXPLORING RESIDENTS' PERCEPTION ON GASTRONOMIC TOURISM DEVELOPMENT: A
STUDY OF INTERNATIONAL URLA ARTICHOKE FESTIVAL

Feray İRİGÜLER

KÜLTÜREL MİRASIN TURİZMDE KULLANIMI: BİR PRATİK ÇERÇEVE ÖNERİSİ

Nazım ÇOKIŞLER

ŞARAP ÜRETİMİNDE VERİ KALİTESİNE İLİŞKİN EKSİK VERİ SORUNLARININ DERİN
ÖĞRENME İLE ÇÖZÜLMESİ: ÜRETİCİ ÇEKİŞMECİ AĞLARLA BİR UYGULAMA

Şevhat DOĞER, Osman Avşar KURGUN

2021

ISSN (Electronic): 2587-1528

***INTERNATIONAL JOURNAL OF
CONTEMPORARY TOURISM
RESEARCH***

Volume: 5 Issue: 1 Year: 2021

<http://dergipark.gov.tr/ijctr>

Editors

*Prof. Dr. Mehmet Emre GÜLER, Editor-in-chief,
Izmir Kâtip Celebi University,
Faculty of Tourism, Turkey*

*Prof. Dr. Atilla AKBABA, Managing Editor,
Izmir Kâtip Celebi University,
Faculty of Tourism, Turkey*

Section Editors

*Assist. Prof. Dr. Perihan KENDİRCİ,
Izmir Kâtip Celebi University,
Faculty of Tourism, Turkey*

*Assist. Prof. Dr. Simge KÖMÜRCÜ,
Izmir Kâtip Celebi University,
Faculty of Tourism, Turkey*

*Assist. Prof. Dr. Özgür SARIBAŞ,
Izmir Kâtip Celebi University,
Faculty of Tourism, Turkey*

Secretary

*Res. Asst. Buğcan GÜVENOL
Izmir Kâtip Celebi University,
Faculty of Tourism, Turkey*

Contact Adress

*Prof. Dr. Mehmet Emre GÜLER, Editor-in-chief,
International Journal of Contemporary Tourism Research*

*Izmir Kâtip Celebi University,
Izmir Kâtip Celebi University, Faculty Of Tourism
Çiğli Main Campus, 35620 Balatçık-Çiğli, İzmir/TURKEY*

*E-mail: ijctr.journal@gmail.com
<http://dergipark.gov.tr/ijctr>
ISSN: 2587 - 1528*

International Journal of Contemporary Tourism Research is a biannually refereed journal publishing scientific/original research articles. Liability of the articles about academic and language issues belongs to the author(s) of the articles. The articles published in this journal can not be used without giving reference.

IJCTR indexed by

DOAJ

Index Copernicus

CiteFactor

DRJI

ResearchBib

Eurasian Scientific Journal Index

Google Scholar

JournalSeek

CrossRef

Bielefeld Academic Search Engine (BASE)

OpenAIRE

ROAD

Türkiye Turizm Dizini

International Advisory Board (*Alphabetic Order*)

Anya Diekmann, ULB, Belgium

Ebru Günlü Küçükaltan, Dokuz Eylül University, Turkey

Emrah Özkul, Kocaeli University, Turkey

Ercan Sırakaya-Türk, University of South Carolina, USA

Evrin Mayatürk Akyol, İzmir Katip Çelebi University, Turkey

Levent Altınay, Oxford Brooks University, UK

Lynn Minneart, New York University, USA

Martin Barthel, University of Eastern Finland, Finland

Olca Sürgevil Dalkılıç, Dokuz Eylül University, Turkey

Perran Akan, Doğuş University, Turkey

Rhodri Thomas, Leeds Beckett University, UK

Scott McCabe, University of Nottingham UK,

Simge Kömürçü, İzmir Katip Çelebi University, Turkey

Ute Pflücke, Hochschule Zittau/Görlitz, Germany

Volkan Altıntaş, İzmir Katip Çelebi University, Turkey

Werner Gronau, Fachhochschule Stralsund, Germany

Zafer Öter, İzmir Katip Çelebi University, Turkey

INTERNATIONAL JOURNAL OF CONTEMPORARY TOURISM RESEARCH

ISSN: 2587 - 1528

Volume: 5 Issue: 1 Year: 2021

Özgün Bilimsel Makaleler / Original Scientific Articles

- Mobil Seyahat Uygulamaları ve Karadeniz Ereğli İçin Bir Mobil Gezi Rehberi Uygulama Önerisi: KdzEregli Travel Guide (KTG)* 1-12
Fatih ERCAN
- Identifying and Mapping of Halal Tourism Resources and Routes in Ethiopia* 13-34
Mohammed Jemal AHMED, Atilla AKBABA
- Profesyonel Turist Rehberlerinin Davranış ve Mesleki Yeterliliklerinin Tur Kalitesine Etkisi* 35-52
Semi KARA, Mahmut DEMİR
- Turizm Eğitiminde Aktif Öğrenme ve Web Tabanlı Uzaktan Eğitim: Müfredatlar Üzerine Bir İnceleme* 53-68
İbrahim Halil KAZOĞLU, Bayram ŞAHİN
- Influence of Different Cooking Methods on Bioactive Properties of Broccoli* 69-76
Çağla ÖZER
- Exploring Residents' Perception on Gastronomic Tourism Development: A Study of International Urla Artichoke Festival* 77-86
Feray İRİGÜLER
- Kültürel Mirasın Turizmde Kullanımı: Bir Pratik Çerçeve Önerisi* 87-98
Nazım ÇOKİŞLER
- Şarap Üretiminde Veri Kalitesine İlişkin Eksik Veri Sorunlarının Derin Öğrenme ile Çözülmesi: Üretici Çekişmecilerle Ağlarla Bir Uygulama* 99-111
Şevhat DOĞER, Osman Ayrıar KURGUN



MOBİL SEYAHAT UYGULAMALARI VE KARADENİZ EREĞLİ İÇİN BİR MOBİL GEZİ REHBERİ UYGULAMA ÖNERİSİ: KDZEREGLI TRAVEL GUIDE (KTG)

Araştırma Makalesi

Fatih ERCAN¹

ÖZET

Mobil uygulamalar, son yıllarda kişiler arasında kullanımı hızla yaygınlaşan akıllı teknolojiler olarak dikkat çekmektedir. Turizm, mobil uygulamaların dünya genelinde yaygın bir şekilde kullanıldığı alanlardan biridir. Turizm işletmelerinin potansiyel müşterilerine ulaşmak için kendi mobil uygulamalarını geliştirdikleri görülmektedir. Bununla birlikte, destinasyonların konum, ulaşım, sahip olduğu turistik çekiciliklere ilişkin bilgilerin yer aldığı mobil gezi rehberi uygulamaları ziyaretçiler için önemli bir gezi rehberi ve bilgi kaynağı işlevi görmektedir. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı, mobil seyahat uygulamalarının turizm endüstrisinde kullanımı hakkında bilgiler vermek ve Karadeniz Ereğli destinasyonu için bir mobil gezi rehberi (KdzEregli Travel Guide-KTG) uygulama önerisi geliştirmektir. Uygulamanın geliştirilmesinde, doküman analizi tekniği ile ikincil kaynaklardan veriler toplanmış ve çevrimiçi uygulama geliştirici kullanılmıştır. Bu uygulamayı kullanarak Karadeniz Ereğli’de bulunan turizm işletmeleri, müze ve rekreasyon alanları hakkında ulaşım, konum, sunulan hizmetler gibi bilgilere erişmek mümkün olacaktır. Ayrıca bu uygulama, Karadeniz Ereğli destinasyonuna özel geliştirilen ilk mobil gezi rehberi uygulaması olması açısından önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Mobil Seyahat Uygulamaları, Mobil Gezi Rehberleri, Karadeniz Ereğli

JEL Sınıflama Kodları: J31, J32

MOBILE TRAVEL APPLICATIONS AND A MOBILE TRAVEL GUIDE APPLICATION PROPOSAL FOR BLACK SEA EREGLI: KDZEREGLI TRAVEL GUIDE (KTG)

Research Article

ABSTRACT

Mobile applications draw attention as smart technologies which has widespread usage among people in recent years. Tourism is one of the areas where mobile applications are widely used worldwide. It’s seen that tourism businesses develop their own mobile applications to reach their potential customers. Besides these, mobile travel guide applications which has information about location, transportation, touristic attractions in destination serve as an important information source and travel guide for the visitors. In this context, aim of this study giving information about usage of mobile travel applications in tourism industry and developing a mobile travel guide (KdzEregli Travel Guide-KTG) application. In the development of the application, data was collected from secondary sources using the

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Karadeniz Ereğli Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, fatih.ercan@beun.edu.tr, orcid.org/0000-0001-6469-3000

“Ercan, F. (2021). Mobil Seyahat Uygulamaları ve Karadeniz Ereğli İçin Bir Mobil Gezi Rehberi Uygulama Önerisi: KDZEREGLI Travel Guide (KTG), *International Journal of Contemporary Tourism Research*, Vol 5: No: 1, p.1-12, doi: 10.30625/ijctr.886500”

*Makale Gönderim Tarihi:*25.02.2021

Kabul Tarihi: 28.05.2021

document analysis technique and online application development software was used. By using this application, it will be possible to access information about services, transportation, location for tourism businesses, museums and recreation areas. Also, this application matters due to being first developed mobile travel guide application special for the Black Sea Eregli destination.

Keywords: Tourism, Mobile Travel Applications, Mobile Travel Guides, Black Sea Eregli

JEL Classification Code: J31, J32

GİRİŞ

Son yıllarda, gelişen teknoloji ile birlikte kişiler arasında kullanımı en hızlı yaygınlaşan bilgi ve iletişim araçlarından birinin akıllı cep telefonları olduğu görülmektedir. Mobil şebeke hattı üzerinden iletişim kurmaya imkân vermelerinin yanında sahip oldukları mobil internet bağlantısı günümüzde akıllı cep telefonlarının kullanım alanlarını ve fonksiyonlarını artırmaktadır. Akıllı cep telefonları sahip oldukları donanım, veri depolama kapasitesi, gelişmiş teknik özellikleri ve internet üzerindeki çeşitli uygulama mağazalarından yüklenebilen mobil uygulamalar ile kullanıcıların hayatlarını kolaylaştırıcı ve yardımcı fonksiyonlara sahiptirler. Mobil uygulamaların geniş bir yelpazede insanların her türlü ihtiyacına yönelik geliştirilmesi ve sayılarının artması sayesinde günümüzde hemen her alanda bu tür uygulamalara rastlamak mümkündür. Dünya genelinde ekonomik olarak kalkınma ve istihdam yaratmada önemli bir yere sahip olan turizm endüstrisine yönelik de mobil uygulamaların geliştirildiği ve kullanımının yaygınlaştığı dikkat çekmektedir. Turizm işletmelerinin çoğu artık işletme sitelerinin yanında kendi özel mobil uygulamalarını geliştirmekte ve/veya kendi mevcut sitelerini akıllı telefonların görüntülemesine uyumlu hale getirmektedirler.

Otel, seyahat acentası gibi işletmelerin kendi mobil uygulamalarının dışında, günümüzde insanlar tarafından seyahat ve turizm alanında yaygın olarak kullanılan diğer bir önemli uygulama türü de mobil seyahat uygulamalarıdır. Akıllı cep telefonu ve internet teknolojilerinde gelinen son noktada mobil seyahat uygulaması kullanımının yaygınlaştığı, bu uygulamaların kişilerin seyahatlerinde önemli bir yardımcı durumuna geldiği dikkat çekmektedir. Akademik alanda yapılan çeşitli çalışmalarda turizmde mobil uygulama kullanımının araştırıldığı, konunun farklı şekillerde ele alındığı görülmektedir. Örneğin, Kırlar Can vd. (2017) tarafından yapılan bir çalışmada, turizm sektöründe mobil uygulama kullanımı otel zincirleri açısından ele alınmıştır. Çalışma kapsamında, Türkiye'deki yerli zincir otel işletmeleri tarafından kullanılan mobil uygulamaların içerik ve özelliklerinin tespit

edilmesi amaçlanmıştır. Dickinson vd. (2014) ise, mobil uygulamaların son yıllarda kişilerin seyahatlerinde yardımcı bir araç olarak hızla benimsendiğini, bu teknolojilerin gezi, ulaşım, seyahat, tatil anlayışımızda ve alışkanlıklarımızda önemli değişikliklere neden olduğunu belirtmektedirler. Yazarlar, turistlerin bir destinasyona seyahat kararı alırken, farklı seyahat amaçları için çeşitli özelliklerdeki mobil uygulamaları kullandıklarını ya da bunların birleşiminden oluşan, kapsayıcı tek bir uygulamadan yararlandıklarını belirtmektedirler. Smirnov vd. (2014), turizm sektöründe mobil uygulamaların yaygın bir şekilde kullanıldığını, konum tabanlı servisler ve gezi rehberi uygulamalarının en fazla kullanılan mobil seyahat uygulamalarından bazıları olduğunu belirtmektedirler. Yazarlar, mobil gezi rehberi uygulamalarının, turistlerin konumuna dayalı olarak bir bölgeye özgü bilgiler sağladığını ve bilgi servisi, konum tabanlı servisler gibi uygulamaların fonksiyonlarını mobil gezi rehberlerinin yerine getirdiğini belirtmektedirler. Yazarlar tarafından ayrıca, "Tourist Assistant" (TAIS) isimli bir mobil gezi rehberi uygulama önerisi geliştirilmiştir. Dalkılıç vd. (2014), mobil seyahat planlama sistemlerinin yaygınlaşan kullanımından bahsederlerken, bu uygulamaların her zaman her yerden erişilebilir olmasına dikkat çekmektedirler. Yazarların, pilot şehir olarak İzmir ilini seçerek akıllı seyahat planlama uygulaması geliştirdikleri görülmektedir.

Mobil uygulamalar, internet bağlantısına sahip dizüstü bilgisayar, tablet, akıllı cep telefonları gibi çeşitli mobil araçlarla her yerde ve her an kullanıma hazır olma özelliğine sahiptirler. Ayrıca bu yazılımlar, kişilere seyahatlerinde gidecekleri yerler hakkında tanıtıcı bilgiler verme, rota belirleme ve yol tarifi gibi konularda yardımcı olan akıllı uygulamalardır. Ziyaret edilecek yerlere nasıl gidileceği, ne kadar uzaklıkta olduğu, yol durumu, yol üzeri ve varılacak yerdeki çeşitli turistik mekânlar hakkında bilgi veren bu uygulamalar, insanların seyahatlerini kolaylaştırmakta, planlama yapmalarını ve kendi seyahatlerini organize

etmelerini sağlamaktadır. Gelişim sürecinin başında bir destinasyon olan Karadeniz Ereğli için özel bir mobil gezi rehberi (KdzEreğli Travel Guide-KTG) uygulama önerisi geliştirilmesi bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu uygulama önerisi ile ilçeyi dışarıdan ziyaret edecek turistler için, şehrin kendi adını taşıyan ilçeye özel bir mobil gezi rehberi tasarımının oluşturulması planlanmaktadır. Uygulama içinde yer alan harita ve navigasyon özelliği ile şehrin önemli noktalarına, turistik yer ve mekânlara erişimin artırılması hedeflenmektedir. Ayrıca bu uygulama, kullanıcıların ziyaret edilen yerleri değerlendirmesine, yorumlarını belirtmesine ve deneyimlerini diğer kullanıcılarla paylaşmasına olanak verecektir. Bu uygulamanın, gelecekte ilçeye olan turizm talebinin artmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Mobil Uygulamalar ve Turizmde Kullanımı

Teknolojiyi; araştırma, geliştirme, üretim, pazarlama, satış ve satış sonrası hizmetleri kapsayan üretim sürecinin etkin bir şekilde gerçekleştirilmesi için kullanılan bilgi ve becerilerin tümü olarak tanımlamak mümkündür. Üretimin önemli bir bileşeni olarak kabul edilen ileri teknoloji, özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki dönemde kalkınma çabasındaki ülkeler için bir ihtiyaç konumuna gelmiştir (Şenel ve Gençoğlu, 2003: 49). Hizmetlerden sanayi üretimine ve bilimsel araştırmalara kadar birçok alanda teknoloji kullanım oranı her geçen gün artış göstermektedir. Teknolojik gelişmelerin özellikle 21. yüzyıldan itibaren hız kazandığı, yeni akıllı teknolojilerin ortaya çıktığı görülmektedir. Günümüzde kişiler arasında kullanımı hızla yaygınlaşan yeni teknolojiler arasında da mobil cihazlar ve uygulamaları göstermek mümkündür. Uluslararası araştırma şirketi We Are Social tarafından yayınlanan 2020 yılı üçüncü çeyrek (Kasım) araştırma raporuna, dünya nüfusunun %67'si (5.2 milyar kişi) tarafından mobil telefonlar kullanılmaktadır. Bu rakamın 2019 yılı Kasım dönemine göre %2 artış gösterdiği görülmektedir ve her geçen yıl mobil telefon ve internet kullanıcı sayısının dünya genelinde artış gösterdiği dikkat çekmektedir (We Are Social, 2020).

Mobil uygulamalar, akıllı telefon, tablet bilgisayar ve akıllı saat gibi mobil cihazlarda çalışacak şekilde tasarlanmış, genellikle platforma özel uygulama mağazalarından indirilen uygulama yazılımları

olarak tanımlanmaktadır (Vikipedi, 2020). İslam, İslam ve Mazumder (2010: 104)'e göre ise mobil uygulama, mobil bir cihazda çalışan ve kullanıcılar için belirli işlevleri yerine getiren yazılım/programlar dizininden oluşan teknoloji türüdür. Yazarlar, bilgi ve iletişim teknolojilerinin son yıllarda hızla gelişen bir parçası olan mobil uygulamaların, kullanıcı dostu, düşük maliyetli ya da ücretsiz, akıllı cihazlara kolaylıkla indirilebilen, donanım ve yazılım olarak düşük özellikteki akıllı telefonlarda da kullanılabilir özellikte olduğunu belirtmektedirler. Mobil uygulama pazarının gün geçtikçe büyümesi, çeşitli amaçlarla üretilmiş çok sayıda uygulamanın ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu alandaki araştırmalar, dünya genelinde mobil uygulama pazarının ekonomik değerinin çok büyük boyutlara ulaştığını ve milyarca kullanıcının uygulama mağazalarından bu uygulamaları indirerek kullandığını göstermektedir (Inukollu vd., 2014: 16).

Günümüzde mobil uygulamaların kullanıldığı alanlardan bazıları şu şekilde özetlenebilir (İslam vd., 2010: 104):

- **İletişim:** İnternet Tarayıcı, Sosyal Ağlar.
- **Oyun:** Puzzle / Strateji, Şans Oyunları, Macera Oyunları.
- **Multimedya:** Grafik/Resim Görüntüleme, Sunumlar, Video/Ses Oynatma.
- **Üretkenlik:** Takvim, Hesap Makinesi, Günlük, Not Defteri, Çalışma Sayfaları.
- **Seyahat:** Şehir Rehberi, Döviz Çeviriciler, Tercüme, GPS/Haritalar, Tur/Gezi Programları, Hava Durumu.
- **Yardımcı Yazılımlar:** Profil Yöneticisi, Ekran Koruyucu, Adres Defteri, Arama, Dosya, Görev Yöneticisi.

Çeşitli amaçlarla üretilmiş çok sayıda mobil uygulama bulunmakla birlikte, bunların kullanım alanları da çeşitlilik göstermektedir. Mobil uygulamaların günümüzde en yaygın kullanım alanlarından biri olarak turizm endüstrisi gösterilmektedir (Karanasios, Burgess ve Sellitto, 2012; Kim ve Law, 2015; Choi, Wang ve Sparks, 2019). da Silva ve da Rocha (2012: 618), mobil uygulamaların ticaret, eğlence ve eğitim gibi alanlarda kullanıldığını, bazı mobil uygulamaların da bir şehir ya da bölge hakkında ayrıntılı bilgiler içerdiğini vurgulamaktadırlar. Yazarlar, bu tür mobil uygulamaların turistler için önemli bilgi

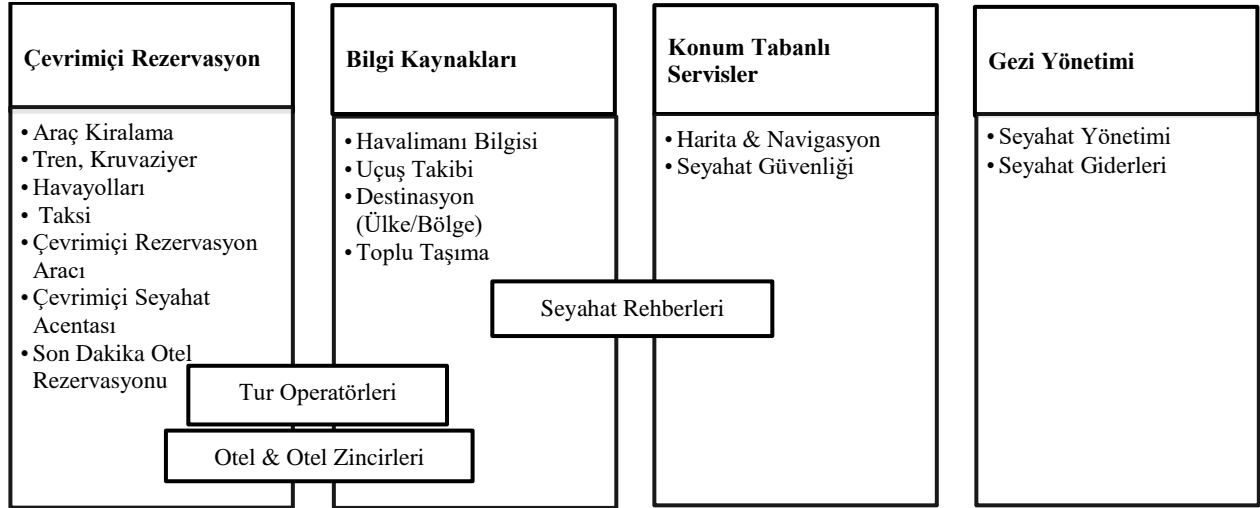
kaynağı olduğunu belirterek turizmde kullanımına dikkat çekmektedirler.

Mobil Seyahat Uygulamaları ve Destinasyon Gezi Rehberleri

Bilgi iletişim teknolojileri ile turizm endüstrisi arasındaki uyum düşünüldüğünde, turizmin mobil uygulamalar için en ideal sektörlerden biri olarak ortaya çıkması şaşırtıcı görülmemektedir. Turizmde kullanılan diğer bilgi iletişim teknolojileri ile karşılaştırıldığında, mobil seyahat uygulamaları destinasyonda turist deneyimlerinin artırılmasında, bilgiye erişim ve turistik faaliyetlerin gerçekleştirilmesinde temel bir paradigma değişimi oluşturma yeterliliğine sahiptir (Karanasios vd., 2012: 166). Mobil seyahat uygulamaları, kişilerin seyahatlerinde kullanılmak üzere özel olarak geliştirilen mobil uygulamalardır (Lu vd., 2015: 1059). Turizme yönelik olarak geliştirilen mobil uygulamalar günümüzde akıllı telefonlarda, tabletlerde ve akıllı saatlerde kullanılabilir. Bununla birlikte, seyahatleri destekleyici uygulamaların gelişiminde akıllı telefon kullanımının artması önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir. Mobil cihaz teknolojilerindeki süregelen gelişmeler, sadece sitelerini daha erişilebilir hale getirmemekte, aynı zamanda mobil seyahat uygulamalarının daha fazla dikkat çekmesine neden olmaktadır (Wörndl ve Herzog, 2020: 3-4). Turizm endüstrisinde kullanılan mobil seyahat uygulamaları, turistlerin

seyahat deneyimlerinin gerçekleşmesinde ihtiyaç duyacakları alanlara göre (tur rehberliği, mobil ödeme, konum bilgisi, yol tarifi, vb.) çeşitlilik göstermektedir (Law, Chan ve Wang, 2018: 627). Buna göre, mobil seyahat uygulamalarını dört ana kategoride sınıflandırmak mümkündür. Bunlar; çevrimiçi rezervasyon, bilgi kaynakları, konum tabanlı servisler ve gezi yönetimidir (Şekil 1). Çevrimiçi rezervasyon, turistlere çeşitli hizmetler için (araç kiralama, otel, uçak bileti rezervasyonu, vb.) çevrimiçi ortamda rezervasyon yapma imkânı sunmaktadır. Bu tür uygulamalar turistler tarafından seyahat öncesinde kullanılmaktadır. Bilgi kaynakları kategorisindeki uygulamalar, seyahat deneyimi boyunca turistlere ihtiyaç duyacakları çeşitli bilgileri (destinasyon hakkında bilgi, uçuş bilgileri, havalimanı hakkında bilgi, vb.) sağlamaktadırlar. Konum tabanlı servis uygulamalarında, turistlerin buldukları konuma dayalı bilgiler (haritalar ve navigasyon servisleri, bulunduğu konuma yakın kurumlar, işletmeler, vb.) sağlanmaktadır. Gezi yönetim uygulamalarında, turistlerin seyahatleriyle ilgili bilgi (seyahat için harcanacak para, vb.) toplayarak analiz etmeleri sağlanmakta ve kendi seyahatlerini yönetmelerine yardımcı olmaktadır. Mobil seyahat rehberleri, tur operatörleri ve otel & otel zincirleri, mobil seyahat uygulamalarında yer alan diğer önemli alt kategoriler olarak dikkat çekmektedir (Smirnov vd., 2014: 94).

Şekil 1: Mobil Seyahat Uygulamalarının Sınıflandırılması



Kaynak: Smirnov vd., 2014: 95.

Choi vd. (2019: 134) tarafından gerçekleştirilen araştırmadan elde edilen bulgulara göre, turistlerin

mobil seyahat uygulamalarını kullanım amaçları arasında en çok dikkat çeken ana unsurlar bilgi

arama, rezervasyon yapma ve seyahat yönetimidir. Konaklama, uçuş, turlar, restoranlar ve destinasyon hakkında bilgi edinmek için turistler tarafından mobil seyahat uygulamaları kullanılmaktadır. Mobil gezi rehberleri, turistlerin destinasyon gezi deneyimlerinde yardımcı bir araç olarak son yıllarda kullanımı yaygınlaşan mobil uygulamalar arasında dikkat çekmektedir. Turistler, mobil gezi rehberlerini kullanarak destinasyonlar hakkında bilgi edinebilmekte, konaklama, ulaşım, gezi alternatiflerini araştırabilmekte ve seyahatlerini planlayabilmektedirler (Gunawan, 2018: 2). Lu vd. (2015: 1061), mobil gezi rehberlerinin sayılarında ve çeşitlerinde son yıllarda önemli bir artış olduğunu belirtmektedirler. Yazarlar, farklı uygulamaların çeşitli gezi türlerine odaklandıklarını, bunlar arasında iş seyahatleri, bağımsız turlar, hafta sonu ve gününbirlik geziler olduğunu belirtmektedirler. Bu uygulamaların temelde çekicilik unsurları, turizm işletmeleri, ulaşım, harita, navigasyon gibi destinasyon hakkında temel bilgi ve hizmetleri seyahat eden kişilere sunduğu görülmektedir.

Mobil Gezi Rehberlerinin Destinasyonlar Açısından Önemi

Günümüzde, dünya genelindeki birçok destinasyon için özel mobil gezi rehberi uygulamaları geliştirilmekte ve ziyaretçilerin kullanımına sunulmaktadır. Gelişmiş ve gelişmekte olan destinasyonlar, ziyaretçilerin bu mobil uygulamaları kullanmalarını teşvik etmekte ve onlarla bu şekilde iletişim kurabilmektedirler. Android ve IOS gibi işletim sistemlerine sahip akıllı telefonlara mobil şebeke ya da kablosuz internet ağı ile mobil gezi rehberleri indirilerek kolaylıkla kullanılabilir. "Intrigue", Torino şehri için geliştirilen bir mobil gezi rehberi uygulama örneğidir. Bu uygulamayı kullanan turistler, şehrin geneli hakkında bilgiler edinebilmekte, ziyaret edilecek yerler ve çekim yerleri hakkında tavsiyeler alabilmektedirler. Bu da, farklı tercihlere sahip bireysel ya da grup turistlerin şehir hakkında detaylı anlık bilgiye ulaşmasını mümkün kılmaktadır (Wörndl ve Herzog, 2020: 3-4). "LisbonMap ViewTravel", Lisbon şehri için geliştirilen diğer bir mobil gezi rehberi uygulama örneğidir. Bu uygulama, kullanıcılarına şehirdeki restoranlar, oteller, çekim merkezleri, alışveriş, gece hayatı, şehir turu ve gezilecek yerler hakkında öneriler sunmaktadır. Ayrıca, metro haritası ve otobüs

durakları ile metro girişlerini gösteren çevrimdışı sokak haritası bu uygulamanın diğer özellikleri arasındadır. Bu uygulamayı kullanarak şehrin belirli noktalarına hangi araç ile ne zaman seyahat edilebileceği, farklı ulaşım alternatifleri ve ziyaret noktaları hakkında bilgi edinmek mümkündür. Bu da, kişilerin destinasyon ziyaret deneyimlerini kolaylaştırmakta ve zenginleştirmektedir (da Silva ve da Rocha, 2012: 619).

Mobil gezi rehberleri, ziyaretleri esnasında turistlerle iletişim kurulmasını sağlamakta, destinasyon hakkında bilgi paylaşımını artırmaktadır. Artan doğrudan iletişim, mobil pazarlama için destinasyon yönetim örgütlerine de önemli avantajlar sunmaktadır (Kim ve Law, 2015: 693). Sanayi, ticaret, bankacılık gibi iş alanlarıyla karşılaştırıldığında turizmde daha yaygın kullanıldığı görülen mobil uygulamalar, müşteri ilişkileri yönetimi faaliyetlerinde de ön plana çıkmaktadır (Stiakakis ve Georgiadis, 2011: 159). Turistlere, mobil gezi rehberlerinde sunulan bilgiler, onlarla kurulan iletişim, bilgi paylaşımı, değerlendirme, yorum yapma olanakları, destinasyon ziyaret deneyimlerini zenginleştirmede önemli fırsatlar sunabilmektedir. Turistler için bir "seyahat asistanı" olarak nitelendirilen mobil gezi rehberleri, destinasyon hakkındaki bilgi ve yorumlara, çeşitli görsellere ve haritalara ulaşmayı sağlayarak bir turist rehberi fonksiyonunu yerine getirebilmektedirler. Ayrıca, mobil gezi rehberlerinin artırılmış gerçeklik, akıllı ulaşım, yapay zekâ gibi yeni teknolojiler ile bütünleşmesinin, gelecekte bu uygulamaların değerini daha çok artıracığı öngörülmektedir (Northern Ireland Tourist Board, 2013).

Karadeniz Ereğli İlçesi

Karadeniz Ereğli, Batı Karadeniz bölgesinde bulunan Zonguldak iline bağlı bir ilçedir. Bir sahil yerleşkesi olan Karadeniz Ereğli'de sanayileşme ön planda yer almaktadır. İlçe, 1829 yılında taşkömürünün bulunması ve 1848 yılında işletilmeye başlanmasıyla sosyo-ekonomik olarak önemli gelişmelerin yaşanmaya başladığı bir yer konumuna gelmiştir. 1965 yılında faaliyete geçen Erdemir ile sanayi şehri haline gelmiştir. Aynı zamanda, bir sahil yerleşkesi olması nedeniyle Karadeniz Ereğli'de denizcilik, tersane ve gemicilik faaliyetleri de gerçekleştirilmektedir. İlçe günümüzde, limanıyla ve demir çeliğe bağlı yan sanayi kollarıyla Türkiye'nin önemli şehirleri

arasında yer almaktadır (Özaydın, 2019: 16). İlçeye bağlı belde ve köylerle birlikte 2020 yılı nüfusu 176.642 kişi olarak tespit edilmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu-TUIK, 2021).

Karadeniz Ereğli'nin tarihi ile ilgili kaynaklar, ilçenin kuruluşunun M.Ö. 2500 yıllarına kadar dayandığını gösterir niteliktedir. Eski adı Herakleia Pontike olan ilçenin bu adı alması, Yunan mitolojisinin efsane kahramanlarından Herakles'e kadar dayanmaktadır. Birçok mitolojik efsane ve kahramanın ismi Karadeniz Ereğli ilçesiyle birlikte anılmaktadır. Dolayısıyla, efsanelerle anılan bir şehir olma özelliği günümüzde de devam etmektedir. Ayrıca, Roma, Bizans ve Osmanlı dönemine ait eserlere ve izlere Karadeniz Ereğli'de rastlamak mümkündür (Karadeniz Ereğli Kaymakamlığı, 2021). Zengin bir tarihi ve kültürel geçmişe sahip ilçe, konum olarak da İstanbul, Ankara, Bursa gibi önemli metropollere yakın bir konumda yer almaktadır. Bu da yerli turistlerin ilçeye ziyaretlerini artırabilecek önemli bir faktör olarak değerlendirilebilir.

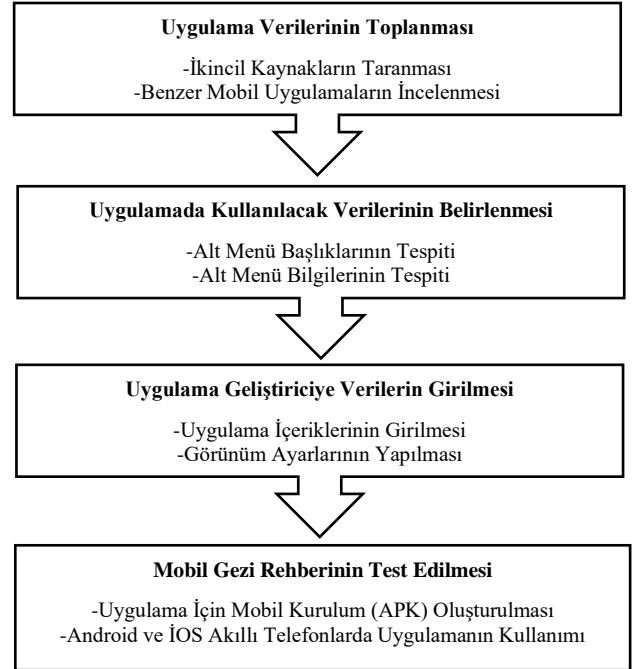
Sahip olduğu tarihi ve kültürel unsurların yanı sıra, doğası, deniz turizmine elverişli sahilleri, yaylaları, endüstriyel miras unsurları, ev sahipliği yaptığı festivaller ve çeşitli etkinlikler Karadeniz Ereğli ilçesinin turizm potansiyelini artıran unsurlardır. Elpek Bezi, Osmanlı Çileği, Gazi Alemdar Gemi Müzesi, Cehennem Ağzı Mağarası, tarihi Ereğli Kalesi, Kandilli Varageli, Fetih Çınarları ilçeye özgü turistik çekicilik unsurlarından bazılarıdır. Somut unsurların yanı sıra, Ereğli türküleri, örf, adet ve gelenekleri Karadeniz Ereğli ilçesindeki somut olmayan kültürel miras unsurlarına örnek olarak gösterilebilir. Özellikle yaz aylarında çok sayıda ziyaretçiye ev sahipliği yapan ilçeyi turizmde gelişim aşamasında bir destinasyon olarak değerlendirmek mümkündür.

YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, Karadeniz Ereğli destinasyonuna özel bir mobil gezi rehberi (KdzEregli Travel Guide-KTG) uygulama önerisi geliştirmektir. Bu mobil uygulama ile ilçeyi dışarıdan ziyaret edecek turistler için, ilçeye özel detaylı bir mobil gezi rehberi tasarımının oluşturulması planlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada, nitel veri toplama tekniklerinden doküman analizi kullanılmıştır. Son

yıllarda akademik araştırmalarda sıklıkla kullanılan teknik olan doküman analizinde, kitaplar, dergiler, haritalar, yasal metinler, gazeteler, istatistikler, resimler, videolar, kamu kayıtları, vb. türlerde dokümanlar araştırmalarda veri kaynağı olarak kullanılabilir (Kıral, 2020, s. 170). Bu çalışmada doküman analizi kullanılarak, ikincil kaynaklardan (akademik makaleler, internet siteleri, mobil uygulamalar, çevrimiçi broşür ve kataloglar, videolar, resimler) mobil uygulama tasarımı ve Karadeniz Ereğli destinasyonu hakkında veriler elde edilmiştir. Mobil gezi rehberinde yer alacak alt menü ve bilgilerin tespitinde Kefas (2015), Hu ve Weng (2016) ile Islam (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmalardan ve Antalya Seyahat Rehberi, London Guide & Tours mobil gezi rehberi uygulamalarından yararlanılmıştır. Bununla birlikte, ilçenin turistik çekim unsurları araştırmacı tarafından bizzat yerinde gözlemlenerek veriler toplanmıştır.

Şekil 2: Mobil Gezi Rehberi Uygulama Geliştirme İş Akışı



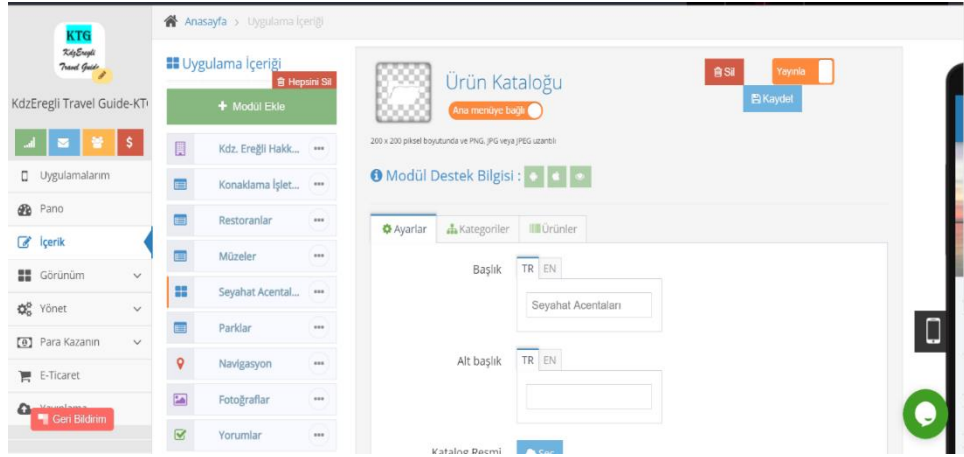
Mobil gezi rehberi uygulamasının geliştirilmesinde MobiRoller çevrimiçi uygulama geliştiricisinden yararlanılmıştır. MobiRoller, web tabanlı çalışan bir uygulama geliştirme aracı olup, Android ve İOS işletim sistemiyle çalışan akıllı telefonlar için mobil uygulamalar geliştirilmesine imkân vermektedir (MobiRoller, 2021). Çevrimiçi bu uygulama geliştirici, çeşitli alanlarda faaliyet gösteren kişiler,

işletme, bölge ya da yerler için özel mobil uygulama geliştirilmesi için uygundur. Web tabanlı olması, uygulamaların turizm gibi çeşitli alanlara uyarlanmasını ve yönetimini kolaylaştırmaktadır. Bu sebeple, KdzEregli Travel Guide-KTG uygulamasının geliştirilmesinde MobiRoller uygulama geliştiricisi tercih edilmiştir.

KdzEregli TRAVEL GUIDE (KTG) UYGULAMASI

KTG Mobil Uygulamasının Geliştirilmesi

KTG uygulamasının geliştirilmesinde kullanılan çevrimiçi uygulama geliştirici Türkçe arayüze sahiptir. Bunun yanında İngilizce olarak da kullanıma ve uygulama bilgilerinin girilmesine imkân vermektedir. KTG uygulamasının geliştirilmesinde Türkçe arayüz seçeneği tercih edilmiştir. Uygulama içi bilgiler ise hem Türkçe hem İngilizce olarak girilmiştir. Böylece kullanıcılar için çift dil seçeneği sağlanmıştır. Uygulama verilerinin girilmesinde kontrol panelinde yer alan pano, içerik, görünüm, yönet, anlık bildirim, yardım gibi geliştirici yönetim araçlarından yararlanılmıştır.



Resim 1: Uygulama Geliştirme Ana Ekranı

Uygulama geliştiricinin pano kısmında, uygulamanın teması değiştirilebilmekte ve özel bir görünüm oluşturulabilmektedir. KTG uygulamasının ana ekran ve arka plan renk görünüm ayarları buradan yapılmıştır. Ayrıca, geliştirilen uygulamanın mobil işletim sistemine aktarılarak mobil uygulamaya dönüştürülmesi burada mümkündür. Uygulamanın Android ve İOS işletim sistemlerindeki aktif kullanıcı sayıları ile ilgili güncel istatistikler pano kısmında görüntülenebilmektedir. Uygulama geliştiricinin içerik kısmında, KTG uygulamasında yer alacak alt menü türleri yer almaktadır. Burada, alt menü türleri seçildikten sonra isimlendirilmekte ve bunların özellikleri belirlenmektedir. Görünüm kısmında genel tercihler ve menü tercihleri bulunmaktadır. Genel tercihlerde, dil seçenekleri belirlenmekte, varsayılan dil, uygulama yazı tipi, menüler arası geçiş şekli, renk ayarları ve kullanılacak resim eklemeleri yapılmaktadır. Menü tercihlerinde ise mobil ekranda görünecek olan uygulama menü

tipinin ne şekilde olacağı belirlenmektedir. Yönetim kısmında ise uygulamaya kullanıcıların üyelik işlemleri, uygulama giriş ekranı mesajı ve uygulamaya kullanıcılar tarafından yapılan yorum ve diğer verilerin yönetimi sağlanmaktadır. Bu araçlar kullanılarak KTG uygulaması geliştirilmiş ve özellikler eklenmiştir.

KTG Mobil Uygulamasının Özellikleri

“Kdz. Ereğli Hakkında”, “Konaklama İşletmeleri”, “Restoranlar”, “Müzeler”, “Seyahat Acentaları”, “Rekreasyon Alanları”, “Navigasyon”, “Fotoğraflar”, “Yorumlar”, “Önemli Telefonlar”, “Website” bilgileri ve “Facebook”, KTG uygulamasında yer alan alt menü başlıklarıdır. Bununla birlikte, geliştirilen mobil uygulamanın ana ekranına karşılama ekranı eklenmiştir. Uygulama logosunun tasarımı ve geliştirilmesi araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir. KTG mobil gezi rehberi uygulaması ana ekranı ve alt menüleri resim 2’de görülmektedir.

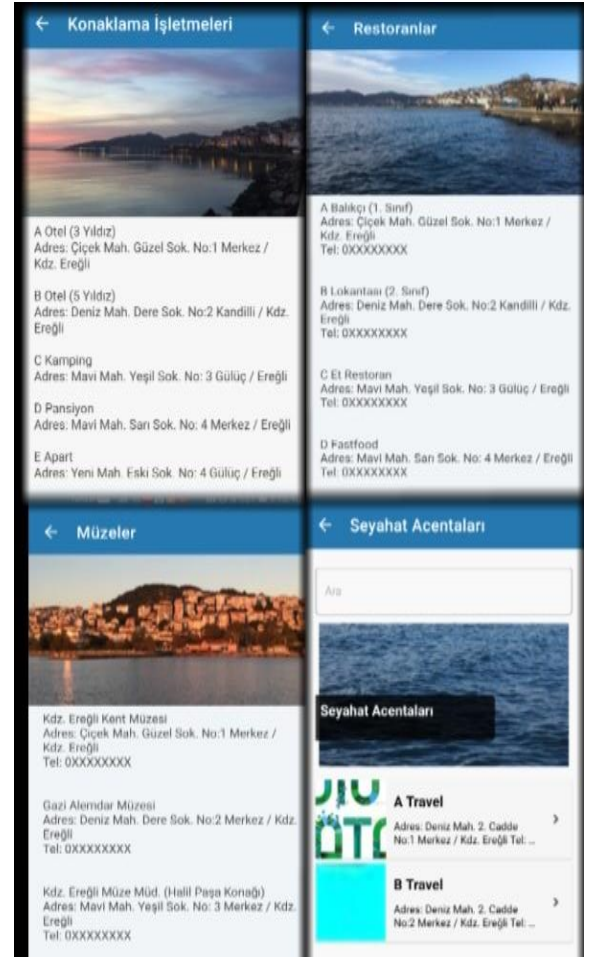


Resim 2: KTG Uygulaması Ana Ekran Görüntüleri

KTG mobil uygulamasında yer alan alt menü başlıkları ve bunların içeriğinde yer alan bilgileri şu şekilde belirtmek mümkündür:

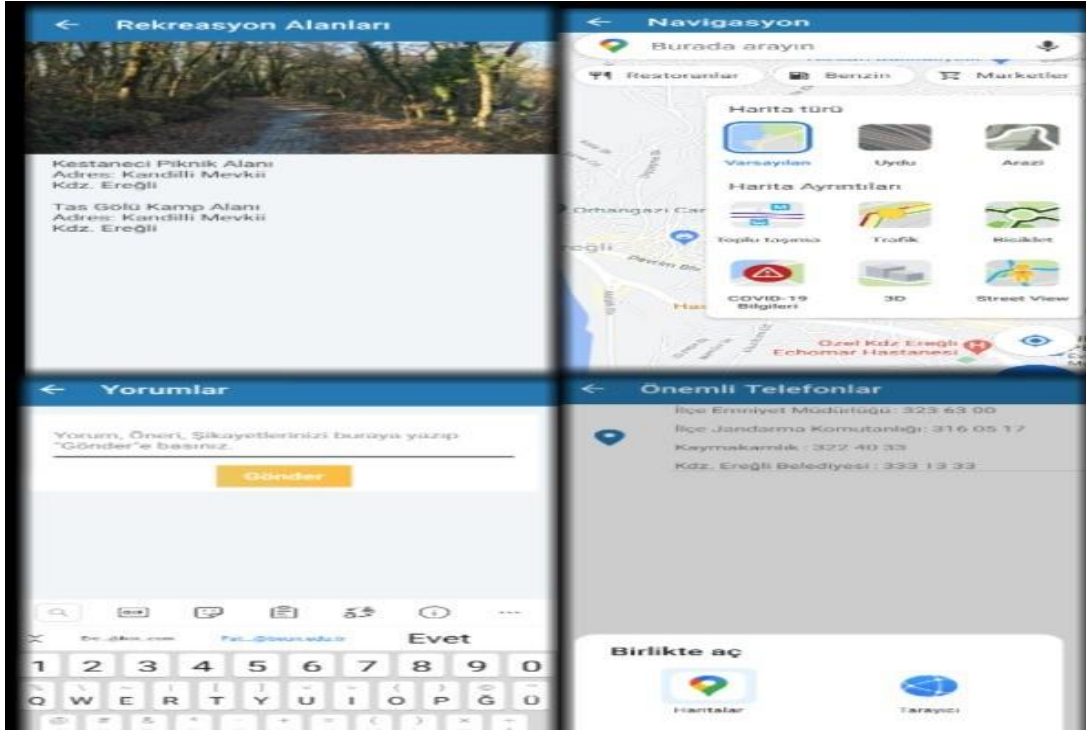
- **Kdz. Ereğli Hakkında:** Bu alt menüde, Kdz. Ereğli destinasyonunun tarihi, şehrin sosyo-kültürel yapısı, nüfus bilgilerine yer verilmektedir. Şehrin turistik çekicilik unsurları, bu başlık altında yer verilebilecek bilgiler arasında gösterilebilir. Bu bilgileri okuyan mevcut ve potansiyel ziyaretçilerin, şehir hakkında genel bilgilere ulaşması amaçlanmaktadır.
- **Konaklama İşletmeleri:** Burada, Kdz. Ereğli ilçesinde bulunan tüm konaklama işletmeleri adres ve iletişim bilgileri ile birlikte yer almaktadır. Konaklama işletmelerinin türü, sınıfı ve oda sayısı gibi bilgileri de buradan edinmek mümkün olacaktır.
- **Restoranlar:** Kdz. Ereğli’de bulunan tüm yiyecek içecek işletmelerinin bilgilerine ulaşılacak alt menüdür. Bu işletmelerin türü, ürün ve hizmetleri ile adres ve iletişim bilgilerine ziyaretçiler tarafından buradan ulaşılacaktır.
- **Müzeler:** Bu menüde, Gazi Alemdar Müzesi, Kdz. Ereğli Kent Müzesi ve Kdz. Ereğli Müze Müdürlüğü (Halil Paşa Konağı) hakkında tanıtıcı bilgilerle birlikte iletişim ve konum bilgilerine yer verilmektedir.
- **Seyahat Acentaları:** Kdz. Ereğli’de faaliyet gösteren TÜRSAB’a kayıtlı seyahat acentaları

bu menüde bulunmaktadır. Acentalara ait iletişim bilgileri, acenta sınıfı ve konum bilgileri bu başlık altında yer alabilecek diğer bilgilerdir.



Resim 3: KTG Uygulaması Konaklama İşletmeleri, Restoranlar, Müzeler, Seyahat Acentaları Menüleri

- **Rekreasyon Alanları:** Bu başlık altında, Kdz. Ereğli ilçesinde yer alan mesire alanları, parklar, kıyı alanları, sahiller, yeşil alanlar, yürüyüş, dinlenme ve gezinti alanları ile ilgili bilgiler yer olacaktır.
- **Navigasyon:** Bu alt menüde, Google haritalar uygulaması ile bağlantılı bir navigasyon özelliği sunulmaktadır. Kdz. Ereğli'deki belirli noktalara ve turistik çekim alanlarına nasıl gidileceği, hangi yolların kullanılacağı gibi ulaşım bilgilerine erişmek navigasyon ile mümkün olacaktır.
- **Fotoğraflar:** Kdz. Ereğli destinasyonuna ait fotoğraflara buradan ulaşılacaktır. Uygulama yöneticisi tarafından eklenen ve güncellenen, şehrin doğal alanları, denizi, turistik mekânları, vb. ile ilgili görsellerin ziyaretçiler tarafından görülebileceği mobil uygulama alanıdır.
- **Yorumlar:** KTG uygulamasını kullanan ziyaretçilerin Kdz. Ereğli hakkında yaptıkları yorumların yer aldığı bölümdür. Ziyaret deneyimlerinin diğer kullanıcılarla paylaşılacağı, tavsiyeler ve şehir hakkında diğer bilgilerin edinilebileceği mobil uygulama alanıdır.
- **Önemli Telefonlar:** Kdz. Ereğli'yi ziyaretleri esnasında kişilerin ihtiyaç duyabilecekleri güvenlik ve sağlık birimleri, turizm danışma büroları ve diğer birimlerin telefon numaraları, konum bilgilerinin yer aldığı bölümdür.
- **KdzEregli Travel Guide Websitesi Linki:** KTG uygulamasının yanı sıra oluşturulacak bir websitesinin bağlantı adres bilgisi burada yer almaktadır.



Resim 4: KTG Uygulaması Rekreasyon Alanları, Navigasyon, Yorumlar, Önemli Telefonlar Menüleri

- **KdzEregli Travel Guide Sosyal Medya Linkleri:** KTG uygulaması sosyal medya hesapları için mobil uygulama üzerinden verilen doğrudan bağlantının yer aldığı bölümdür. Uygulama için Facebook, Instagram, Twitter, YouTube gibi dünya genelinde çok sayıda kullanıcıya sahip sosyal medya mecrasında hesap oluşturularak mobil uygulama üzerinden bağlantı verilebilir.

SONUÇ

Dünya genelinde milyarlarca kişinin mobil akıllı telefonları kullanıyor olması, mobil uygulamaların önemini artırmaktadır. Turizm endüstrisinde yer alan çok sayıda işletme ve destinasyon yönetim örgütlerinin, mobil gezi rehberlerini bugün mevcut ve potansiyel ziyaretçilerin kullanımına sundukları görülmektedir. Turizmde farklı gelişmişlik

düzeyindeki destinasyonlar, kendi özel mobil gezi rehberi uygulamalarını geliştirerek bu teknolojidenden etkin bir şekilde yararlanmaya çalışmaktadırlar. Bu şekilde ziyaretçilere seyahatleri öncesi ve seyahat esnasında destinasyon hakkında detaylı, anlık bilgiler sunulabilmektedir. Turizmde gelişim aşamasında bir destinasyon olarak değerlendirilebilecek Kdz. Ereğli, sahip olduğu tarihi, doğal ve kültürel çekicilik unsurları ile önemli bir turizm potansiyeline sahip yerleşkesidir. İlçeye özel geliştirilmiş bir mobil gezi rehberinin bulunmaması, mevcut ve potansiyel ziyaretçilerin seyahat deneyimleri için önemli bir eksiklik olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla, bu çalışmada Kdz. Ereğli için geliştirilen uygulama önerisi KTG'nin, turizm açısından önemli bir eksikliği kapatmada yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

KTG uygulaması, Kdz. Ereğli ilçesinin rekreasyon alanlarını, turizm işletmelerini ve diğer çekicilik unsurlarını tek bir uygulamada bir araya getirmektedir. Turistik yer ve mekânların özellikleri, harita ve yol bilgisi ile iletişim bilgilerine KTG uygulaması ile erişmek mümkündür. Bu da, ziyaretçilerin kendi seyahatlerini kendilerinin organize etmesini kolaylaştırmaktadır. Son yıllarda, mobil uygulamalar sayesinde kişilerin daha fazla kendi gezilerini organize ederek destinasyonları ziyaret ettikleri dikkate alındığında (Meliones ve Sampson, 2018: 1-2), KTG uygulamasının Kdz. Ereğli ilçesinde turizmin gelişimi açısından önemli bir fonksiyona sahip olacağını belirtmek mümkündür. Uygulamaya Türkçe dışında farklı dil seçeneklerinin eklenmesi, yabancı turistlerin de bu uygulamadan yararlanabilmeleri açısından önemlidir. Böylece, hem yerli hem de yabancı turistler için KTG uygulaması önemli bir rehber olarak hizmet edecektir.

KTG uygulaması, Android ve iOS işletim sistemlerine uyumlu olarak tasarlanmıştır. Dünya genelinde Android ve iOS işletim sistemli akıllı telefonların çok sayıda kişi tarafından kullanılması, her iki sisteme de uyumlu bu uygulamanın kullanımını artıracak bir faktördür. Ayrıca, donanım ve sistem gereksiniminin düşük olması, KTG uygulamasının birçok akıllı telefonda kullanımını mümkün hale getirmektedir. Uygulama arayüzü ise oldukça basit ve sade olarak tasarlanmıştır. Dolayısıyla, KTG mobil gezi rehberini kullanıcı dostu bir uygulama olarak

nitelendirmek mümkündür. Bu özellik, uygulamanın kişiler arasında kullanımının yaygınlaşmasını artıracak diğer bir faktör olarak görülebilir. Uygulamanın daha fazla kişi tarafından kullanılmasının, Kdz. Ereğli destinasyonunun daha fazla kişi tarafından tanınmasına ve destinasyon pazarlamasına olumlu katkı sağlayacağı ifade edilebilir.

Bu çalışmada, web tabanlı çevrimiçi bir yazılım kullanılarak geliştirilen KTG uygulaması, daha profesyonel yazılımlarla geliştirilerek kişilerin kullanımına sunulabilir. Uygulamada yer alan alt menüler ve detay bilgilerin sayısını artırmak ve uygulamayı güncellemek mümkündür. Uygulamanın yönetimi, profesyonel olarak alanında uzman yetkin kişilerce gerçekleştirilmeli, kamu ve özel sektördeki paydaşlardan destek alınmalıdır. Gelecekte yapılacak çalışmalarda, KTG uygulamasının kullanıcıları ile anket, mülakat, odak grup görüşmesi gibi bilimsel araştırma teknikleri kullanılarak toplanacak veriler memnuniyet ölçümü ve uygulamanın geliştirilmesi için kullanılabilir.

KAYNAKÇA

Choi, K., Wang, Y. and Sparks, B. (2019). Travel app users' continued use intentions: it's a matter of value and trust. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36 (1), 131-143.

da Silva, A. C. and da Rocha, H. V. (2012). M-Travelling: mobile applications in tourism. *International Journal for Infonomics (IJI)*, 5 (3/4), 618-630.

Dalkılıç, F., Doğan, Y., Birant, D. ve Kut, R. A. (2014, Kasım). Mobil seyahat planlama sistemlerinin yaygınlaşan kullanımı ve İzmir için uygulanması. 19. Türkiye'de İnternet Konferansı (Inet-tr'14), ss. 211.-218, İzmir, Türkiye.

Dickinson, J. E., Ghali, K., Cherrett, T., Speed, C., Davies, N. and Norgate, S. (2014). Tourism and the smartphone app: capabilities, emerging practice and scope in the travel domain. *Current Issues in Tourism*, 17(1), 84-101.

Gunawan, H. (2018). The use of mobile technology for tourism development (case study: Banyumas regency). *Journal of Physics: Conference Series*, 953, 1-9.

Hu, M. and Weng, Y. (2016). *Development of mobile travel guide applications for museums* (Yüksek Lisans Tezi). Lapland University. Applied Sciences, Finland.

- Inukollu, V. N., Keshamoni, D. D., Kang, T. and Inukollu, M. (2014). Factors influencing quality of mobile apps: role of mobile app development life cycle. *International Journal of Software Engineering & Applications (IJSEA)*, 5 (5), 15-34.
- Islam, M. M. (2018). *SmartTraGuide: an integrated travel application for android when user on move* (Yüksek Lisans Tezi). Texas A&M University, Computer Sciences, Texas.
- Islam, M. R., Islam, M. R. and Mazumder, T. A. (2010). Mobile application and its global impacts. *International Journal Of Engineering & Technology IJET-IJENS*, 10(6), 104-111.
- Karadeniz Ereğli Kaymakamlığı (2021). Karadeniz Ereğli'nin Tarihçesi. Erişim Tarihi: 14.02.2021, <http://www.karadenizeregli.gov.tr/karadeniz-ereglinin-tarihcesi>
- Karanasios, S., Burgess, S. and Sellitto, C. (2012). "A Classification of Mobile Tourism Applications", *Global Hospitality and Tourism Management Technologies*, (Ed: P. O. de Pablos, R. Tennyson, and J. Zhao). IGI Global: USA.
- Kefas, K. (2015). *A GPS-based mobile application for tourists* (Yüksek Lisans Tezi). Near East University. Applied Sciences, Cyprus.
- Kıral, B. (2020). Nitel bir veri analizi yöntemi olarak doküman analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 170-189.
- Kırlar Can, B., Yeşilyurt, H., Lale Sancaktar, C. ve Koçak, N. (2017). Mobil çağda mobil uygulamalar: Türkiye'deki yerli otel zincirleri üzerine bir durum tespiti. *Journal of Yasar University*, 12(45), 60-75.
- Kim, H. H. and Law, R. (2015). Smartphones in tourism and hospitality marketing: a literature review. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 32, 692-711.
- Law, R., Chan, I. C. C. and Wang, L. (2018). A comprehensive review of mobile technology use in hospitality and tourism. *Journal of Hospitality Marketing&Management*, 27(6), 626-648.
- Liang, S., Schuckert, M., Law, R. and Masiero, L. (2017). The relevance of mobile tourism and information technology: an analysis of recent trends and future research directions. *Journal of Travel&Tourism Marketing*, 34(6), 732-748.
- Lu, J., Mao, Z., Wang, M. and Hu, L. (2015). Goodbye maps, hello apps? exploring the influential determinants of travel app adoption *Current Issues in Tourism*, 18(11), 1059-1079.
- Meliones, A. and Sampson, D. (2018). Blind MuseumTourer: a system for self-guided tours in museums and blind indoor navigation. *Technologies*, 6(4), 1-31.
- MobiRoller (2021). Mobil Uygulama. Erişim Tarihi: 15.02.2021, <https://www.mobiroller.com/tr/>
- Northern Ireland Tourist Board-NITB (2013). Tourism in the Midst of a Mobile Revolution. Erişim Tarihi: 15.02.2021, <https://silo.tips/download/tourism-in-the-midst-of-a-mobile-revolution>
- Özaydın, F. (2019). *Şirin Ereğli gazetesi ve Karadeniz Ereğli'de sosyal yaşam (1957-1967)* (Yüksek Lisans Tezi). Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Smirnov, A., Kashevnik, A., Shilov, N., Teslya, N. and Shabaev, A. (2014, October). Mobile application for guiding tourist activities: tourist assistant – TAIS. 16th Conference of Open Innovations Association FRUCT, pp. 95-100, Oulu, Finland.
- Stiakakis, E. and Georgiadis, C. K. (2011). Drivers of a tourism e-business strategy: the impact of information and communication Technologies. *Operational Research*, 11(2), 149-169.
- Şenel, A. ve Gençoğlu, S. (2003). Küreselleşen dünyada teknoloji eğitimi. *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(12), 45-65.
- Türkiye İstatistik Kurumu-TÜİK (2021). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları 2020. Erişim Tarihi: 15.02.2021, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuc-lari-2020-37210>
- Vikipedi (2020). Mobil Uygulama. Erişim Tarihi: 28.08.2020, https://tr.wikipedia.org/wiki/Mobil_uygulama
- We Are Social (2020). Digital 2020 Global Digital Overview. Erişim Tarihi: 20.12.2020, <https://wearesocial.com/blog/2020/10/social-media-users-pass-the-4-billion-mark-as-global-adoption-soars>
- Wörndl, W. and Herzog, D. (2020). "Mobile Applications for E-Tourism", *Handbook of e-*

Tourism, (Ed: Z. Xiang, M. Fuchs, U. Gretzel and W. Höpken). Springer: Switzerland.

Etik Onay

Bu çalışma, katılımcılardan birebir veri toplamayı gerektiren araştırma kapsamına girmediği ve veriler ikincil veri olarak elde edildiği için etik kurul onayı gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

Ek Bilgiler:

Destekleyen Kurum

Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP) birimi

Proje Numarası

2019-93439475-01

Teşekkür

Bu proje çalışmasının gerçekleştirilmesinde maddi ve manevi desteklerinden dolayı Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP) birimine teşekkürü bir borç bilirim.



IDENTIFYING AND MAPPING OF HALAL TOURISM RESOURCES AND ROUTES IN ETHIOPIA

Research Article

Mohammed Jemal AHMED¹, Atilla AKBABA²

ABSTRACT

This paper discussed the availability and viability of halal sites and routes in Ethiopia. Tourism development requires detailed information about potential tourism resources. Accordingly, inventorying the existing actual and potential tourism resources should be the first step to assess the tourism potential of a certain destination. The main aims of this paper are twofold: to identify and discuss cultural and natural visitor attractions that will entice halal conscious visitors; and to propose halal tourism routes based on these resources. The proposed halal tourism routes lie down from the center, Addis Ababa towards different parts of Ethiopia. The study employed qualitative methodologies namely interviews, focus group discussion and field observations. GIS technology was also widely used to identify, locate visitor attractions and plot the spatial interconnection between these attractions. The findings of the study confirm that Ethiopia has abundant potential tourism resources to develop halal tourism. These resources mainly consist of Islamic heritage and natural resources. After the identification of the available tourism resources, five potential halal tourism routes were proposed.

Keywords: Halal Tourism, Halal Tourism Resources, Inventory, Routes

JEL Classification Code: Z32

INTRODUCTION

Tourism development requires detailed information about potential tourism resources that help developers and decision-makers. Inventorying the existing actual and potential tourism resources is expected to be the first step to assess the tourism potential of a destination. This paper, therefore, aims to identify, inventory, classify the actual and potential tourism resources in Ethiopia, and propose potential halal tourism routes that could be used as baseline data by decision-makers for future halal tourism development. Additionally, assessing

potential attractions and proposing possible halal tourism routes will help to determine suitability and likelihood of success if development does take place. This paper also expected to answer the following questions: where are the visitor attraction that suit halal tourism development located? What are the suitable and feasible routes to access these attractions? Five clusters of visitor attractions were identified and accordingly five routes were proposed. The locations of major attractions were identified by GPS and GIS and mapped accordingly.

¹ Ph.D., İzmir Kâtip Çelebi University, Graduate School of Social Sciences, Department of Tourism Management, mojem12@gmail.com, orcid.org/0000-0002-8744-7328; Principal investigator.

² Prof. Dr., İzmir Kâtip Çelebi University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, atilla.akbaba@ikc.edu.tr, orcid.org/0000-0002-9434-2145, Co-investigator.

“Ahmed, M. J. & Akbaba, A. (2021). Identifying and Mapping of Halal Tourism Resources and Routes in Ethiopia, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, Vol 5: No: 1, p.13-34, doi: 10.30625/ijctr.831602”

Moreover, the five tourism routes and their respective nodes were discussed and mapped.

STUDY AREA

The study was conducted in Ethiopia. Having about 115 million population, Ethiopia is the second populous country in Africa next to Nigeria. It is a horn African country divided into 10 regional states namely Tigray, Afar, Amhara, Oromia, Somali, Benshangul Gumuz, South Nation Nationalities and Peoples, Gambela, Harari and Sidama, and two federal city Administrations namely Addis Ababa and Dire Dawa.

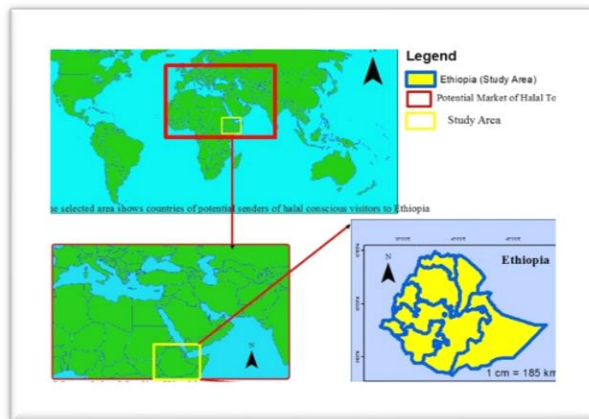


Figure 1: Map of the Study Area Methodology

METHODOLOGY

The study employed qualitative methods namely interviews, focus group discussions and field observations. GIS technology was also used to identify, locate visitor attractions on a map, and plot the spatial interconnection between visitor attractions. Some data were extracted from maps of the study area when the respondents did not provide data. Archival and secondary sources have been consulted and crosschecked with personal observations and interviews. The main methods used for identifying halal tourism routes include participant observation, group discussion and unstructured in-depth interviews. Interviews were conducted with various stakeholders who represented route forums, route members, local government officials and non-governmental representatives. The initial step in a route's development is the approach made to stakeholders such as tour operators, government officers, non-governmental organizations, tourism experts, GIS experts and community representatives. In addition to these, all interested parties were also welcomed

and considered to add value. On this basis, routes have been proposed to embrace a wide cross-section of interests, in rural and farming communities, townships of metropolitan areas, as well as small towns and villages. The researchers offered stakeholders and participants the opportunity to propose possible halal routes and identify potential attractions that would lure halal conscious visitors. According to an interview held with tour operators, information on travel patterns of halal conscious visitors in Ethiopia is hardly available, and arrival and departure statistics for remote areas are virtually non-existent, which has made this research a particularly challenging task. It was luckiness that during the development of the halal tourism routes, indicators of halal tourism growth were available and this ease the task of determining the feasibility and viability of the routes.

Inventory and Descriptions of Halal Visitor Attractions in Ethiopia

This section will discuss the availability and viability of halal tourism resources and routes in Ethiopia. Tourism development requires detailed information about potential tourism resources. Accordingly, inventorying the existing actual and potential tourism resources must be the first step to assess the tourism potential of a destination. The main aim of this section is to identify and discuss cultural and natural visitor attractions that will entice halal conscious. Geographic Information System (GIS) and Geographic Positioning System (GPS) technology were also widely used to identify, locate visitor attractions and plot the spatial interconnection between these attractions. Inventorying the existing actual and potential tourism resources must be the first step to assess the tourism potential of a destination. Moreover, this section also expected to answer the following questions: where are the visitor attractions that suit halal tourism development located? What are the viable and feasible routes to access these attractions?

Attractions are the core elements in tourism development. Unfortunately, the unavailability of data and material has been challenging to research visitor attractions (Fyall et al., 2012). Inventorying and identifying the available visitor attractions are the main tasks in tourism development. Ethiopia, also called jewelry of the African continent (World Bank, 2006), is endowed with various natural,

cultural and archaeological visitor attractions. This paper seeks to present halal visitor attractions of Ethiopia. The attractions were identified based on personal observation, FGD and interviews conducted with various stakeholders.

Indeed, halal conscious visitors might be interested in any attraction as far as that attraction is not in a position to transgress on sharia laws and/or halal services and ancillaries are available around that site. However, there are specific products that could specifically be preferred by halal conscious visitors. In the current study, the researchers tried to identify major attractions that probably fit with the interest of halal conscious visitors and have been marginalized by tourism developers. The actual and potential halal tourism resources in Ethiopia were identified and classified into five clusters, namely the North, Northeast, East, South East and Southwest based on geographical zone and location. These clusters include natural resources such as topography and landform, water, area's geological formation, natural beauty and flora. Tangible cultural resources such as archaeological sites, heritage buildings, handicraft products and intangible cultural heritages such as oral traditions, performing arts, social practices, rituals and festive events (Munzuma, Sufi Dances traditions, Islamic festivals such as *Mawlid*, *Eid Al Fatir* and *Eid Al Adha*).

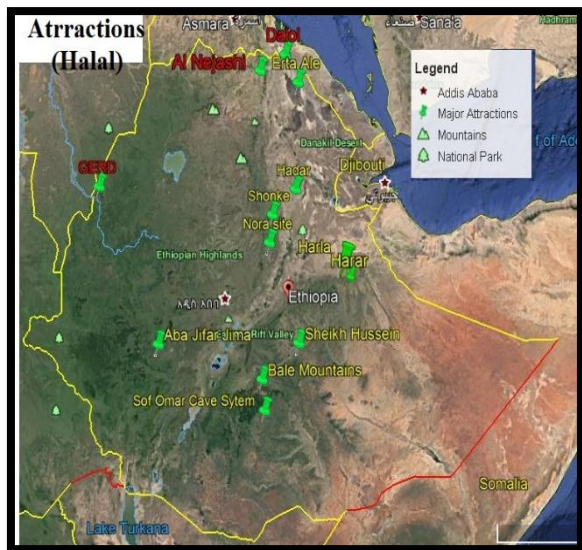


Figure 2: Distribution of Major Halal Attractions, by the Researcher

THE NORTH CLUSTER
Islamic Archaeological Sites of North Showa

Ethiopia is the second country to accept Islam next to Saudi Arabia and is highly connected to Islamic history, heritage and identity (Erlich, 2009; Hussien, 2001; Trimmingham, 1952). North Showa is among the historic areas of Ethiopia where Islam left its footprints (Khalaf & Insoll, 2019). It is rich with Islamic archeological remnants including ruins of Islamic sultanates such as Showa and Ifat. Unfortunately, these beautiful visitor attractions are not promoted and introduced to visitors. Recently archeologists unveiled the ruins of Ifat sultanate towns. French archaeologists unearthed about three medieval towns of Ifat Sultanates, namely Asbari, Nora and Mesal in 2007 (Khalaf & Insoll, 2019). The ruins of mosques and graveyards are discovered. Among others, the remnant of the great mosque of Nora is located at (Nora 09° 50'52.81" N, 40° 3'05.27" E) attracted the attention of archaeologists (Fauvelle-Aymar et al., 2006; Khalaf & Insoll, 2019; Pradines, 2011)

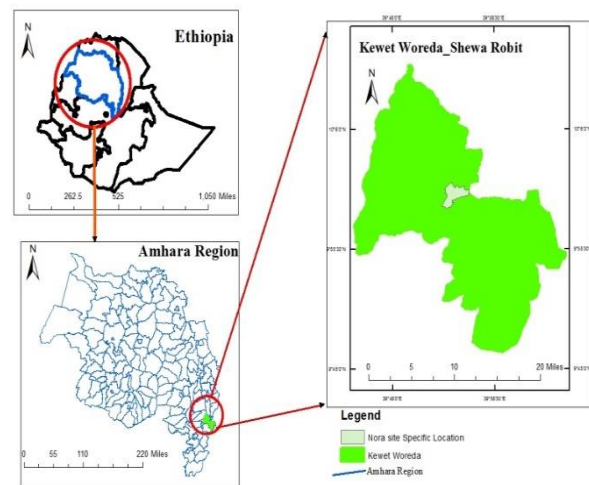


Figure 3: Location of Nora site: by the researcher

Nora site is found in Kewet Woreda of Northeast Showa in the town of Shewa Robit near the village of Wässiso about 300 km north of Addis Ababa (Fauvelle-Aymar et al., 2006). The ruins of the mosque reveal features of the medieval Islamic civilization of Ethiopia. Walls of 5 meters high surround the remnants of the city's main mosque (Fauvelle-Aymar et al., 2006). It is unprecedented that one door of the mosque built of wood has remained standing for centuries (Khalaf & Insoll, 2019). As recent excavations indicate, Nora is believed to have been the ancient city of Muslims as old as Axum, Al- Nejashi. As noted by Khalaf and

Insoll (2019) the abandoned Islamic town of Nora was the seat of the Ifat Kingdom. Archeologists have verified that Nora was a center of Red sea trade networks and had a relation to the northern Tigray as far as Dahlak Islands. Recently, archaeologists discover mosques, mausoleum, cemeteries and other heritages (Khalaf & Insoll, 2019; Pradines, 2011). According to key informants, even there is a strong argument that the first Hijra of Muslims of the 615 was conducted towards Showa, not to Axum. The researcher interviewed an archeologist who works in the area at Addis Ababa University. He highlighted the potential of Nora archaeological sets for the development of halal tourism. He alleges that North Showa is rich in antique Islamic heritages and a hub of Islamic archaeological sites.

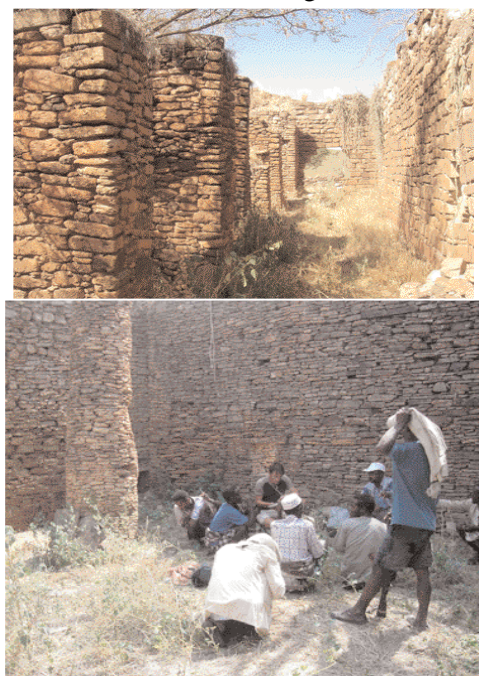


Figure 4: Ruins of ancient Mosques of Ifat Sultanate: Photo by French Research Team

In addition to interviews, a group discussion was held with tourism industry stakeholders to identify the potential of the area. The conclusion of the discussion reveals that in addition to the Nora Islamic archaeological site, there are also several Islamic heritages such as ancient education centers and Mosques. The discussants also allege the availability of ancient handwritten Islamic literature including secular and religious documents in mosques and the hand of individuals. This indigenous literature is believed to be another asset to attract halal conscious visitors and researchers.

The Ancient Mosque and Residential Complex of Shonke

The Wollo area is the hub of Islamic learning and the Islamic culture in Ethiopia. To denote its role as a center of Islamic education and research center, the local people called Wollo "*Az'harul Habesha*." Mainly it was from this area that Islamic education and culture spread towards different parts of Ethiopia. Nowadays, there are several ancient Islamic educations centers and Mosques in Wollo. Some of these heritages are still intact and active whereas the rests are available only with their remnants and ruins. There are also "literacy heritages" of old-aged manuscripts or Islamic literature, intangible heritage, and performing arts such as Islamic Menzuma and Neshida. As one participant speaks "[...] among the ancient religious sites and *Sufi*-order centers of Wollo, Shonke, Turusina, JamaNigus, Geta, Deger, and Debat are notable ones."

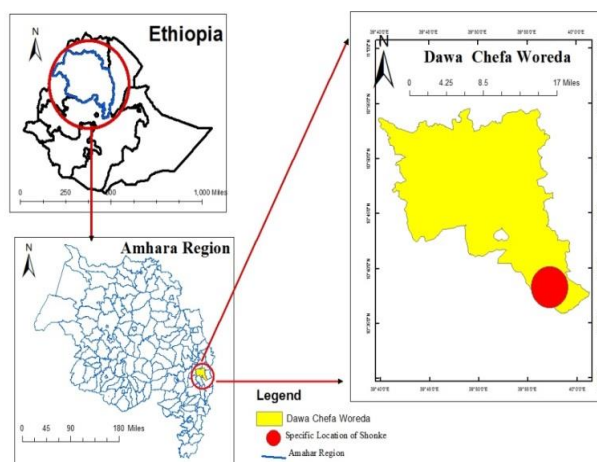


Figure 5: Location of Shonke Site: Prepared by the Researcher

Shonke is a historic village located 23 km away from Kemissie town, in Jirota kebele of the Amhara region. This site has been Islamic educations and *Sufi*-order centers where notable *Sufi* saint-scholars like Sheikh Jawhar Haydar Ali (1837–1937) permanently taught and produced many Muslim scholars (Ahmed, 2004; Eyassu et al., 2019). The village was flourished 900 years ago on the top of a plateau as a residential complex and an Islamic education center. The village has been serving for more than 20 generations (Eyassu et al., 2019). Agroba people constructed Shonke mosque and village nine hundred years ago (Eyassu et al., 2019). Agroba people are adherents of Islam and they have

a tradition of construction of mosques and villages from Stone, wood and mud. It must be noted that the Argoba people also built Nora mosque (Ahmed, 2004). They have constructed the most known Shonke village and mosque in the 12th century. The ancient mosque and village of Shonke is built in a breathtaking mountainous area. Situated at the breathtaking views, historical and religious sites of Shonke consists of residential houses and mosques to draw the attentions' of visitors. According to local tour operators, the ancient villages and building heritages of Shonke is among the underutilized Islamic Heritages of Ethiopia.

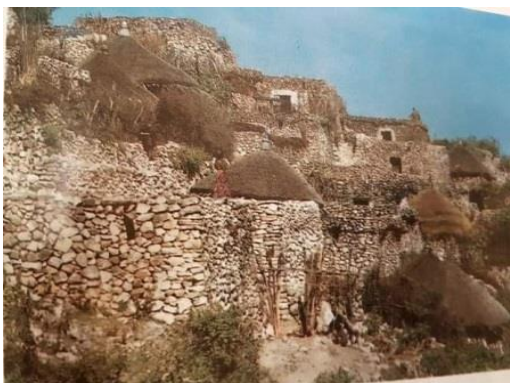


Figure 6: 900-years-old Shonke Villages and Mosque: Photo By Dawa Chefa Woreda Tourism Bureau

Tour operators and tourism experts allege that the area has a huge potential for halal tourism development. In addition to its location near the historic sites of the sultanate of Ifat, there are several Islamic heritages and Islamic archaeological sites around Shonke. Shonke will be among the major node of the proposed Al-Nejash Historic Route. To use it as an attraction for the halal conscious visitors, Shonke should be preserved and transmitted from generation to generation.

Al-Nejash Religious and Historic sites

Ethiopia is the first country in the world to welcome Islam in the early 7th century. The Prophet had his companions migrate to Habesha when they encountered brutalities and persecutions from the Quraysh of Mecca (Erlich, 1994). Therefore, Ethiopia is a holy country chosen by the Prophet Mohammed (PBUH) to save his companions. Al-Nejashi (As-ham), the then king of Habesha, gladly received the Sahabas and allow them to live peacefully. Consequently, the Prophet designated Ethiopia as the land of peace, and its king Al-Nejashi as an example of justice (Erlich, 1994, 2009).



Figure 7: The mosque is also the site of the 15 tombs of the prophet's companions, Photo by Neima Adem (2018)

Al-Nejashi Site also called Negash Amedin Mesgid is found in the Tigray regional state of Wuqro town, 790 kilometers north of Addis Ababa. Al-Nejashi mosque is believed to have been the first mosque in Africa if not in the world. It is named after Nejashi, the Ethiopian king who welcomed companions of the Prophet Muhammed and ultimately converted to Islam (Erlich, 1994, Trimmingham, 1952, Cerulli, 1971). Hence, Nejashi village is the place where the first Muslim settlement flourished in Africa. The Turkish Coordination and Cooperation Agency (TİKA) have recently renewed the mosque. The mosque was built on a historic place where 15 tombs of the prophet's companions are found. It is one of the most-visited religious sites by halal conscious visitors who are interested in Islamic history and culture.

A respondent from the federal Mejlilis highlighted the role of Nejashi as follows:

Al-Nejashi is not only playing a great role in Islamic history but also serves as an everlasting reminder of the warm welcome extended to the first Muslims by the Habesha king of the time. Therefore, it could be said that Nejash was the best diplomat, hospitable and the one who initiated halal tourism-like activity. It is denoted that Ethiopia is the first country to embrace Islam first prior to Africa and the world, and it is privileged to host halal tourism. Al-Nejashi mosque is, therefore, a historic and touristic place for anyone who wants to learn about the glorious history of the early Muslim civilizations.

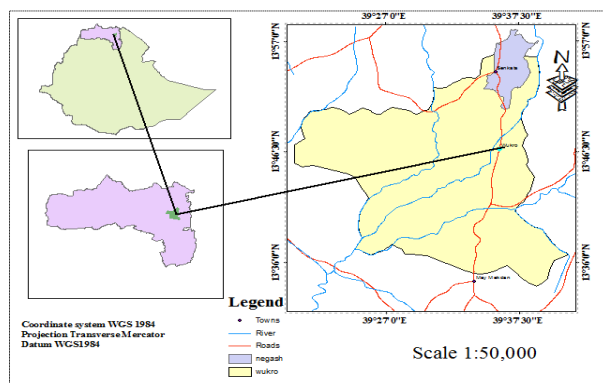


Figure 8: Location of Al- Najash Religious sites
Attractions of Al-Nejashi Religious and Historic Sites

After having interviews with tourism officials, residents and visitors, sub attractions of Al-Nejashi religious and historic sites were identified and discussed as follows. Most of them are attracting domestic and international visitors to Al-Nejashi.

The Story of the *Sahabas*

The first attraction that lures halal conscious visitors is the story and the legend of the *Sahabas* (Companions of Prophet Mohammed). Most visitors prefer to visit Al-Nejashi to learn about the story of *Sahaba* who immigrated towards Axum Ethiopia during the era of Prophet Muhammad C. 615. As discussed earlier, hundreds of *Sahabas* were migrated towards Axum, Ethiopia. Most visitors are enthusiastic to hear about the story of those *Sahabas* from the local religious leaders by personally appearing in that historic site. As the Imam states, “in addition to the story the *Sahabas* both domestic and international visitors are interested to hear the story of King Al- Nejashi.” King Al-Nejashi is believed to have been the first King in the world to embrace Islam. Therefore, he has an undeniable place in Islamic history and many

Muslims envisioned not only to visit his mosque but also to hear about his rich story. Therefore, histories, legends, and stories of the Sahaba and king Al-Nejashi served as sub attractions of Al-Nejashi religious and historic sites.

Shrine and Mausoleums

Shrine and Mausoleums were described as important attractions in the Nejashi religious site complex. As the Imam of Nejashi mosque cites, there are mausoleums of the *Sahabas* and King Nejash within the compound of Al-Najashi religious and historic sites. According to Neima, the mausoleum of King Al-Nejashi and 15 *Sahabas* (10 male and 5 female) were found in the compound (Niema, 2018). The pilgrims pay due attention to visit these tombs.



Figure 9: Tombs of Some Sahabas (Photo by the Neima Adem 2019)

As Niema (2018) states, the graveyards of the 12 *Sahabas* and King Negashi were found in the mausoleum. The rest three *Sahabas* namely, Udey bin Nedila, Abdela bin Al Haris (Sherif Abdilah), and Musa Bin Al Haris found outside of the Shrine and Mausoleums.

Ashura Ceremony in Al-Nejashi

As the root word of 'Ashura' "*Ashir*" indicates, Ashura is the 10th of Muharram, the first month in the Islamic or lunar calendar. *Ashura* is celebrated by some Muslims. For instance, according to key informants (religious leaders), Ashura is celebrated in Harar and at Al-Nejashi Wukro. According to one religious leader, many visitors visited Al-Nejashi during the festivity of Ashura. Both domestic and international visitors visited Al-Nejash during Ashura. For instance, there were visitors from Sudan and Eritrea during Ashura and domestic visitors travel to Al-Nejashi Wukro from all corners of Ethiopia to celebrate Ashura there, at Al-Nejashi. During Ashura, there are various performing arts such as colorful religious songs and dances. There are also souvenirs offered for visitors.



Figure 10: Photo of Ashura Ceremony (Photo by Niema, 2019)

Remnants of the First Al-Nejashi Mosque and Sahaba Houses build by the Suhabas themselves are other important attractions.

The Imam of the mosque explains the history of Al-Nejashi mosque as follows:

The first Mosque of al-Nejashi is different from the modern Al-Nejashi Mosque. These days we found only ruins of Al-Nejashi Mosque. There is a misunderstanding among the visitor and media personnel to differentiate between the Al-Nejashi mosque and Al-Nejashi cemetery. Most of the time the visitors visit the Al-Nejashi cemetery, but they assume it as the Mosque. Al-Nejashi cemetery was constructed during the time of Sahabas, in the 7th century.

The Northwest Cluster

Northeast Ethiopia mainly the Afar region is rich in geological, geomorphological, and archaeological visitor attractions. This region possesses a huge potential to develop geotourism in Ethiopia. Afar region is internationally known for its geological formation such as Erta Ale and archaeological sites such as Hadar (Cavalazzi et al., 2019; Cieśluk et al., 2014). The area is widely visited by geologists and archaeologists. Therefore, the Afar region has a great asset to flourish halal tourism in Ethiopia. Afar holds an important place in the East African Rift System (EARS). Passing through Ethiopia, Kenya, Uganda, and Tanzania, EARS is one of the geologic formations wonders of the world. The Afar Triangle is a triple junction zone where the Red Sea, the Gulf of Aden and Ethiopian rifts intersect at the central Afar depression. Located in the system of the East African Rift valley, the Danakil depression is one of the lowest and hottest places on earth. Afar regional state of Ethiopia is rich in both archaeological sites and unique natural resources such as active

volcanoes. Having archaeological sites and active volcanos, Afar is one of the beautiful landscapes to visit (Cieśluk et al., 2014). Though its temperature reaches up to 50% and seems inhospitable place, the Danakil depression is still interesting and worth visiting. Since 100 years, the Afar Areas are known for active volcanic and tectonic activities (Cavalazzi et al., 2019; Cieśluk et al., 2014)

Dalol

Located in the northern part of the Triangle (Danakil Depression) in Northern Ethiopia at the Ethio-Eritrea border, Dallol Volcano is an important visitor attraction (Cavalazzi et al., 2019; Cieśluk et al., 2014). With an elevation of about 130m below sea level, it is one of the hottest places throughout the year on the planet. Due to the extremely low elevation, Dallol becomes one of the hottest places inhabited location on Earth (Cavalazzi et al., 2019). Though not famous as that of Erta Ale, Dallol is also an active volcano located in the lowest place. It is believed that the landscape of the Afar depression was cut off from the sea; and over time, the Danakil Depression has lost its water because of desert evaporation. Dallol is found in the depression of 126 meters below sea level. Lied 118 meters below sea level, there is also a salty lake of Afrera (Cieśluk et al., 2014).

Erta Ale

The term Erta Ale is derived from the Afar language to mean, "Smoking Mountain" (Cieśluk et al., 2014.) Erta Ale is an active volcano found between Dalol and Afrera more than 100 meters below sea level (Cieśluk et al., 2014).



Figure 11: Lava Lake in Volcano Erta Ale crater, photo Z. Preisner, 2014

In the Afar Triangle, there are about 34 volcanoes. Of them, five are active and Erta Ale is the biggest one. Erta Ale is a rarely found volcano for it is liquid lava in its crater. As Cieśluk et al. (2014) state, Erta

Ale remains active, for at least 100 years and it is the most visited volcano in the Afar region.

The Hadar Archaeological Site

Not only known by active volcanoes, but also the Afar region is a hub of archaeological sites where the oldest and the famous archaeological finding Australopithecus remain of Lucy was discovered. Afar has diverse archaeological and paleontological heritage resources. Hadar is the known archaeological sites of the Lower Awash of Ethiopia. It is one of the most prolific hominid archaeological sites in the world. During the survey conducted in the 1970s, about 240 specimens of hominid were unearthed and today about 400 specimens of Australopithecus Afarnes were uncovered in Afar (Cieśluk et al., 2014). Of them, Lucy was the most famous one. The Hadar archaeological site is located in the Afar depression, in the west-central Afar Triangle about 300 km away from Addis Ababa. Lucy (ድንቅነሽ) (Australopithecus Afarnes) is an almost complete skeleton of the first primitive man, which was estimated at 3.2 million years. Lucy was discovered in 1974 at Hadar, a site in the Awash Valley of the Afar Triangle in Ethiopia, by paleoanthropologist Donald Johanson (Cieśluk et al., 2014).

The Eastern Cluster Attractions

The Ancient Walled City of Harar

Harar is a walled historic city of Eastern Ethiopia. Located five hundred kilometers east of Addis Ababa, it is serving as the capital city of the Harari region (Bank, 2006). Harar is believed to have been the seat of the Islamic Kingdom of Adal (Insoll, 2017). It was established between the in seventh century (Ahmed, 2015). Harar is known to be the fourth holiest city of Islam in the world. It has been serving as a center of Islamic education and learning.

Harar was a base of Imam Ahmed Ibrahim who defeated the Christian kingdom of the north and ruled Ethiopia for a decade and a half (1527-1543). His successor Emir Nur Mujahid constructed the wall of Harar that encircled the historic city. The wall is 4 meters high and has five gates (Ahmed, 2015). The wall that surrounded the historic city is called the "Jugol Wall", which is still intact as a symbol of Harar city.



Figure 12: The Jugol Wall of Harar & Its Main Gate: Photo data by collector

One participant from Harari culture and tourism Bureau alleges,

[...] Harar city has been known for its values of coexistence of multiple religions and cultures and for its historic wall of Jugol. Furthermore, Harar comprises a variety of cultural and historical attractions. Having such multiple attractions together, Harar city is referred to as an "Open Museum" of the east.

As proved by personal observation of the researcher, in Harar, there is a tradition of "Hyena Feeding Ceremony" every evening that attracts a considerable number of visitors. According to a local guide, a long-standing tradition of feeding meat to hyena evolved during the 1960s into an impressive night show for visitors. According to tour guides, there are more than three spotted hyena-feeding sites on the outskirts of Harar city.



Figure 13: Hyena feeding man in Harar: Photo by the Researcher

In addition to being a mosaic per se, Harar city comprises four Museums that display the past and the living heritages of the peoples. Tour operators often promote Harar as "an open museum" to refer to Harar as a cultural mosaic that emerges not only various cultures and traditions but also it connects the traditions with modern practices (Asante, 2009).

These Museums are Harar Regional Museum, Rimbaud's Heritage Building and Museum, Ada Gar (Harari Culture House) and Sherif Private Museum.

The curators of these museums in Harar were interviewed. They have highlighted the role of these Museums for Halal Tourism development. One curator alleges:

[...] most of the collections in our museum reflect the past civilization of the Harari, Somali, Oromo and other peoples in general, mainly traditional Harari architecture and material culture in particular. The Harari culture is a duplication of Muslim culture. Hence, these collections attract Muslim visitors who are mainly halal conscious visitors. In this Museum, one can observe the ancient civilization, culture and history of Islam and Muslims. For instance, one can see ancient coins, antique Arabic literature and the lists of *Amirs* that ruled Harar city from the 11th Century until the 19th Century. Hence, the Museums of Harar are important attractions for Muslim visitors who are mainly enthusiastic to visit Islamic history and culture [...].



Figure 14: Colorful basket collections at Harar Museums, Photo by The researcher

Ada Gar is a museum where visitors enjoy viewing the architecture and house design of the Harari people. The building itself is designed in a way that reflects the internal architecture and house design of the Harari people. Of the four Museums, Rimbaud's Museum was established recently in the Heritage buildings of Rimbaud. Until he departed from Harar city in 1891, French poet Arthur Rimbaud used to live at Rimbaud's Building. The Museum is called Rimbaud after his name. In 2000, the house was transformed into a museum (Asante, 2009).



Figure 15: Basketry and wooden bowls cover the walls of Ada Gar museum, Photo, by the Researcher

Basketry and Handicraft Products

Although there are problems in production and marketing, handicraft products in the historic city of Harar is another cultural attraction. During the discussion regarding the handcraft of Harar city, one participant speaks the following: "the handcraft center is a strong point to showcase local traditional products and culture. Women from different parts of Ethiopia have taken basketry training." Other women alleges that numerous problems regarding the utility of the handcraft village by the local tourism officer. "The tourism industry players of Harar city do not fully understand what tourism product and visitor attractions are. They do not consider these beautiful handcrafts as visitor attractions. They don't know how to sell or promote the products of Harar city." During the field trip for data collection, the researcher personally has observed beautiful basket products of different forms. He has seen women from different parts of Ethiopia taking basket-making training. Besides being and becoming a visitor attraction, these handicrafts products could be offered for visitors as souvenirs.

Heritage Buildings

The existence of unique medieval period buildings is another important element of cultural and heritage

attractions in Harar city. Most of the interviewees believe that these buildings could be used for halal tourism development. A tourism officer alleges the following:

[...] the walled city of Harar has old heritage buildings that would contribute to the development of halal tourism. Most of the buildings of the walled city of Harar such as mosques were the medieval period buildings that reflect the Islamic architecture of the medieval period so that they could be preferred by halal-conscious visitors.

A local officer claims:

Heritage buildings including about 80 mosques and other ancient buildings located within the walled city of Harar have been registered as world heritage and most of these heritage buildings reflect the Islamic civilization of Harar. Therefore, these could be assets for halal tourism development in the country.



Figure 16: Heritages Building within the walled city of Harar: Photo by the Researcher

The Abandoned Islamic City of Harlaa

Harlaa, an abandoned Islamic city, is a signal of Islamic civilization in East Africa. It is located between Harar city and Dire Dawa City Administration (see Eastern Route below). Harlaa served as the capital city of Muslim sultanates. Nowadays, archaeologists unearth mosques and other Islamic heritage at Harlaa archaeological sites (Insoll et al., 2017).

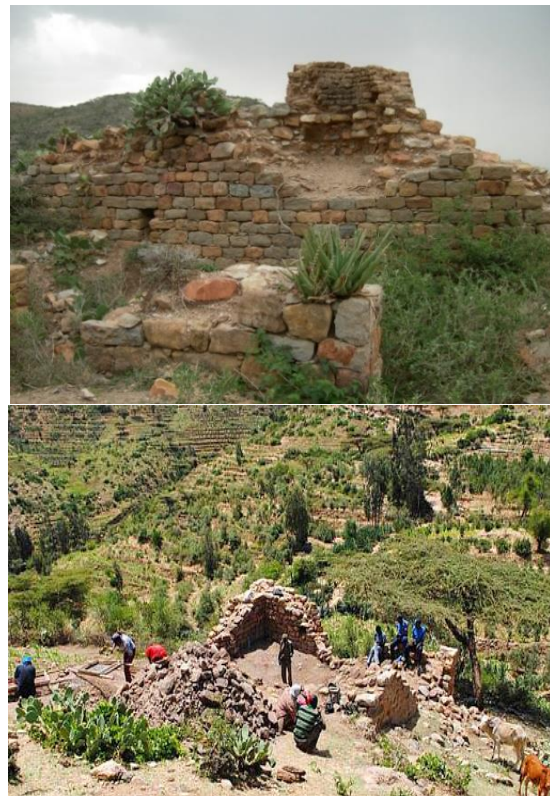


Figure 17: Archaeological Sites of Harlaa, Photo by Khalaf and Insoll, 2019

Recently they found a 12th-century mosque that is similar to those found in Tanzania and Somaliland. This shows the linkage of Ethiopian Muslim civilization with other African fellows. In addition to ruins of mosques and other Islamic heritages, archaeologists unveiled artifacts of Egypt, India and China (Khalaf & Insoll, 2019). This proves that in addition to being the capital city of Islamic kingdoms, Harlaa was a cosmopolitan city where multicultural societies living together. The discovery of jewelry and other artifacts of Madagascar, the Maldives, Yemen and China proved that Harlaa was a center of trade (Insoll, 2017). Archaeologist Prof Insoll has proved that foreigners also used to live in Harlaa city and trade

exchanges were conducted as far as Arabian Gulf, Red Sea and the Indian Ocean. There is also an unprecedented and unguessed thing that huge stone-blocks that cannot be normally lifted by people's power were used in construction (Insoll et al., 2017; Khalaf & Insoll, 2019).

The Daketa Rocks in Babile

The Daketa rocks are found 5 km away from the tiny town of Babile, 40km far from the ancient city of Harar and 560km from the capital city of the country-Addis Ababa (Ahmed, 2012). The majority of the rocks here are extremely endowed with unique natural fascinations. Astonishingly, it is common to come across unique one over another overlapped rocks within a few intervals. The number of rock positioned one over the head of another rock sometimes going up to two to three. It seems just like great technological results have been applied in arranging the rocks like that. Together with the great scenic beauty of the landscape, the Daketa rocks serve as major natural attraction in Babile Woreda. As the researcher's observation and word of mouth of residents, there are also white baboons and various reptiles at Daketa rocks.

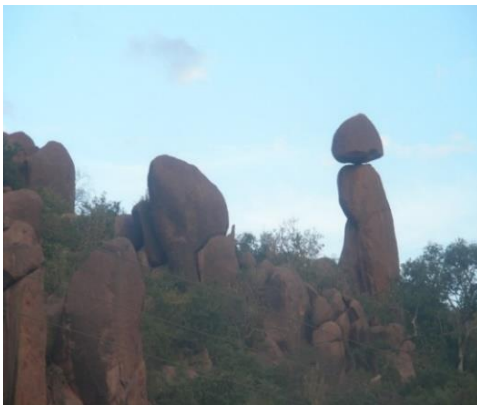


Figure 18: The Daketa Rocks in Babile: Photo by the Researcher

Prison House of Lij Eyasu on the Gara Mulleta Mountains

The prison house of Lij Iyasu is found 581 km far away east of Addis Ababa and 76 km west of Harar. According to an unpublished source of Eastern Harerge Zonal department for culture and information bureau, Yemeni architect by the order of Haile Selassie I built the prison house of Lij Iyasu in 1931. As the name indicates, it was a prison where an Ethiopian king called Iyasu Michael (Iyasu Mohammed Ali before he ascended to power), who ruled the country from 1913-1916, was detained (Ahmed, 2012). He was imprisoned after the political intrigue between the Shoan Nobilities to which Haile Selassie I belonged and the Wollo local rulers from which Iyasu had his origin and Haile Selassie had overthrown him. Therefore, this prison represents one of the historical sites of Eastern Ethiopia as well as the country. Besides the historical value, the architecture of the prison and the scenic landscape of the Gara Mulata Mountain other supplementary visitor attractions of the area.



Figure 19: The prison House of Lij Iyasu: Photo by From Eastern Harerghe Zone Culture & Tourism Bureau

The Living Heritage and Traditional Cottage of Pastoralists

Besides its other cultural and natural attractions, eastern Ethiopia comprises unspoiled and original live cultural attractions. According to one international visitor whom the researcher has interviewed in Harar, the visitors traveling at Daketa valley will enjoy not only by viewing the unique rocks of the area but also by watching and appreciating the very traditional cottage of the local pastoral communities, their camel and their way of life and their unspoiled culture as well. Therefore, the living style of pastoralist and their traditional cottage would become supplementary attractions for Daketa rocks.



Figure 20: Traditional pastoralists Cottage in Babile, Photo by the Researcher

Southeast Cluster: Halal Tourism Resources of Bale Zone

Bale is located 430 km away from Addis Ababa in southeastern Ethiopia of Oromia Regional State. This area is endowed with diversified tourism resources of natural, anthropogenic and manmade attractions. Local communities, tourism experts from culture and tourism offices of Bale Zone and *woredas*, tour guides and visitors were interviewed to identify halal tourism resources in the area. Bale has three major attractions that could attract halal-conscious visitors namely the Bale Mountains National Park, Sof Omar Cave System and Dire Sheik Hussein historical and religious sites.

Bale Mountains National Park (BMNP)

Bale Mountains National Park (BMNP) is a semi-developed visitor destination. In addition to being the largest African Afro Alpine Habitat Park, the park sheltered several endemic animals. According to the local guide, visitors to BMNP could enjoy watching over 46 mammals and more than 200 bird species and vegetation of an unspoiled wonderland. The park consists of endemic mammals such as the Ethiopian wolf, Bale Monkey, Mountain Nyala, and Menelik's Bushbuck (Aynalem et al., 2015). The park is located 400km southeast of Addis Ababa and covers an area of 2000km² (Bayih & Tola, 2017). Both interviewees and focus group discussants confirm that Bale Mountains National Park is the most preferable attraction for halal conscious visitors. The religious leader also alleges that Islam encourages visiting natural attractions to admire what Allah creates.



Figure 21: Wildlife at Bale Mountain National Park, Photo by the researcher

Religious and Historical sites of Dire Sheikh Hussein

Located 620km southeast of Addis Ababa in Oromia, Ethiopia, Dire Sheikh Hussein is an important historical and cultural heritage of the Bale area. It is one of the oldest surviving Islamic education and cultural center in Ethiopia. The history of the site traced back to the late 12th C (Semu, 2016). A holy man named Sheikh Nur Hussein Melka founded the shrine 900 years ago (Tola, 2009).



Figure 22: Building Heritages of Dire Sheikh Hussein: Photo by Oromia Culture and Tourism Bureau

The Shrine is named after this popular religious teacher and leader. The term Dire is derived from *Afan Oromo* words, it means a plain. According to the local elders, he has known for his high devotion and miraculous deeds. He was born 950 years ago from his father Melka or Sheik Ibrahim and his mother Shamsiyya (Semu, 2016). According to

legend, Sheikh Hussein lived for 250 years on earth and he devoted most of these years to praying and *dhikr*. According to key informants, he is said to have a blood relation with Prophet Mohammed and is credited for Islamizing Bale and its environs. Sheikh Hussein is one of the most respected figures among Sufi Muslims. Sufi Muslims throughout Ethiopia venerate Sheikh Nur Hussein as a saint, spiritual leader and Holy man. As noted by respondents [of Sufi religious leaders], the Dire Sheikh Hussein shrine is one of the most visited sites by local pilgrims. People mainly Sufi Muslims make pilgrimages towards Dire Sheikh Hussein to seek good health, fertility, material well-being and remedy for all their difficulties. The site of Dire Sheikh Hussein shrines consists of magnificent groups of building heritages and courts representing the early medieval period of Islamic civilization, mausoleum architecture, historic settlement and beautiful landscape. The site is a huge countryside religious walled settlement portraying the living culture of the past that continue for nearly 1000 years.

According to respondents, people make a pilgrimage to Dire Sheikh Hussein twice a year. The major pilgrimage is carried out during the festival of Sheikh Hussein's birthday, mainly fixed in the first week of August. The second one is during the feast of *Id al-Kabir*, the great feast at the end of the *Zul Hija* (Semu, 2016). This one is the month of the pilgrimage to Mecca and the last month of the Islamic calendar. Key informant (Sufi-Muslim) alleges, "The poor people who cannot afford the pilgrimage to Mecca, the pilgrimage to Sheikh Hussein could substitute it." According to participants, Sufi Muslims consider Dire Sheikh Hussein as "the little Mecca" for Ethiopian Muslims, as Lalibela is considered as "the Little Jerusalem" for the Ethiopian Christian community (Semu, 2016).

The living heritage and religious performance arts are the main practice of pilgrims. Visitors across ethnic and political boundaries sometimes across religious boundaries enjoy the festivals, melodious religious songs and dances. Pilgrims and local visitors allege, "The building of the site is aesthetically and architecturally attractive." Dire Sheikh Hussein's site also has comparative location advantages over other similar sites. Located between the peaks and the plains, in the eastern

foothill of the Bale Mountains range and the Sof Omar Cave System, Dire Sheikh Hussein can add value to the experience of the visitors (Participants, 2019).



Figure 23: Local People on Pilgrimage at Dire Sheikh Hussein, Source: Oromia Culture and tourism bureau)

The Sof Omar Cave System

The Sof Omar cave system also is known as *Holqa* Sof Omar is one of the most spectacular and the longest underground cavern in Africa (Aynalem et al., 2015). Sof Omar Cave is a giant underground cave formed by the cavernous Weib River that passes through limestone foothills. The Sof Omar cave system is a mixture of cultural heritages where Sheikh Sof Omar used to within it for many years and an extraordinary natural phenomenon of breathtaking beauty and amazing geological formation (Aynalem et al., 2015). The cave is not only a natural heritage but also it is an important Islamic shrine named after the saintly Sheikh Sof Omar Ahmed who used to pray there in the early 11th century AD. Sof Omar is claimed to have been the favorite disciple and a close relative of Sheikh Hussein. He was the most celebrated spiritual father of Sufi Muslims next to Sheikh Hussein (Participants, 2019). Therefore, the cave has a religious history that predates the arrival of the Muslims into Bale.

Sof Omar Cave System has a 16km length and about 40 entrances and exits. To travel throughout the cave system, the travelers advised having hand light because the inside part of the cavern is too dark. The researcher has traveled through the cave and proved that the inside part of the cave is very dark and it crosses the Weib River many times. The researcher has also seen a marvel of architecture and pillars of stone, and a flock of bats. According to local tour operators and elders, the cavern has different parts

based on what was used by Sheik Sof Omar. There are parts of the cavern that was used for prayer and living room; there are rooms that were used as a court where justice is given and criminals were jailed. In addition to being a well-preserved sacred place of worship, Sof Omar cave has an indirect role in protecting the environment. It causes for the preservation of indigenous forest and natural habitat of the wildlife resources. Around this historic cave, one finds wild animals such as ape, monkey, tortoises, snakes and lizards as well as more than a hundred species of birds (Researcher Personal Observation).

The Cavern of Sof Omar is an exceptional geological process of limestone landforms and the most significant geological and geomorphological formations.

A local government official said:

Registered in the tentative list of UNESCO, the cave has outstanding universal natural heritage values. For instance, on the one side, the Sof Omar cave system contains unique geological and geomorphological formations or areas of exceptional natural beauty and natural aesthetic significance. The outstanding cultural landscape reveals incomparable geological and natural phenomena. This might inspire geologists and archaeologists to study the story of the cave systems formation over hundreds of millions of years and helps unlock the story of in-cave dwelling. On the other side, a cavern is a sacred place for Sufi Muslims and it has a role as an important cultural heritage. The cave is a palace where saint sheik Sof Omar used to pray day and night. The cave can also be considered an archaeological site and it is open for archaeologists too.

There are also folktales that the local people believe the cave is mystery where the ancestral cult of Sheik Sof Omar Ahmad, his families and descendants is observed and practiced annually (Aynalem et al., 2015). Even these days, each structure of the cave have been assigned and designated to different ritual practices. According to local informants, annual religious (Islamic) festivals and events are also taken place in the cave shrines and mosques of these underground karstic limestone caverns. Therefore, Sof Omar cave has still provided live service and

provide ecclesiastical services to the community in that it has exceptional cultural significance to the spiritual life of the Sufi Muslims.

Therefore, as natural heritage, the cave reveals exceptional physiographic formational and as cultural heritage, it is a typical testimony for human usage of cave shelters for religious purposes and the continuation. Thus, it is crucial to utilize this exceptionally beautiful and inspirational combined value and a double feature of the cave system as a visitor destination.



Figure 24: The Researcher during Data collection at Sof Omar Cave: Photo by Data collectors

Southwestern Clusters: Jimma and its Environs

Southwestern Ethiopia is endowed with rich historical, cultural and natural tourism resources that could attract halal conscious visitors. Especially Jimma area is blessed with numerous cultural, historical and natural halal tourism resources. Among others, the palace of Jimma Aba Jifar, wild coffee forest and unspoiled culture of indigenous peoples are the main visitor attraction in this region (Labouisse et al., 2008). According to tour operator interviewees, recently, researchers and domestic visitors have been flowing towards Jimma to visit the historic site of Aba Jifar and the nearby natural attractions. The number of visitors who show interest to visit the forest coffee of western Ethiopia has been also increasing. Ethiopia is the origin of coffee Arabica and it was in the Southwestern part of Ethiopia that coffee Arabica has been first domesticated (Tucker, 2011). In addition to being the origin of coffee Arabica, one found wild coffee in the area still these days. Hence, the visitor could enjoy both by observing wild coffee forests and by consuming organic coffee. Moreover, most Ethiopian forest resources are concentrated in this region.

The Palace of Aba Jifar

The palace of Aba Jifar is one the oldest, largest and surviving traditional wooden architecture palaces in Ethiopia (Aman, 2019). Aba Jifar I is said to have established the most powerful Kingdom Jimma in the 1830s. His relative and successor Aba Jifar II emerged as the most powerful King and built the historic palace of Aba Jifar in the 1880s seven kilometers in the outskirt of Jimma city. It is believed Aba Jifar I chose the area for a strategic purpose. The palace's architectural style and design depict the cultural and historical aspects of the Oromo people. One participant speaks as follows:

The palace of Aba Jifar is believed to have been built by tones of egg, olive tree wood and selected stones. After the lapse of a century, the palace is still intact. These days, however, some parts of the palace are on the brink of falling. The palace is constructed at the strategic site at the hilltop against enemies. The palace of Aba Jifar encompasses the residence of Aba Jifar, the mosque of Aba Jifar and the residence of his grandsons Aba Jobir and Aba Dula.

While visiting Jimma and its vicinity, visitors deepen their expertise and acquire intercultural experiences.



Figure 25: The Palace of Jima Aba Jifar, Source: Adapted from Oromia and Culture Bureau

In addition to having the historic Aba Jifar palace, wild coffee trees and rich forest resources, the Jimma area is endowed with material culture and living heritages.



Figure 26: Some Wooden Cultural Tools of Jimma Area

Jimma is branded at the national level not only in coffee but also in wood products such as artifacts, handicrafts, statuettes and furniture. The area is known for its quality cultural wood products and furniture such as beds, tables, stool, bowls, statuette, Ethiopian Coffee table (*Rekebot*) and woody Cushion (*Brkuma*). Besides being the birthplace of coffee, Jimma is also known for the coffee ceremony.

Living Intangible Islamic Cultural Heritage Resources

Ethiopia is rich with varied intangible cultural heritage resources. These Islamic intangible cultural heritages are available in all parts of Ethiopia. Oral traditions, performing arts, social practices, rituals and festive events are major Islamic intangible heritages. Participants from different parts of Ethiopia cite intangible cultural heritage resources. One participant from North Ethiopia Dessie expresses his opinion as follows:

[...] Wollo is a source of the authentic intangible cultural heritages of Islam. In Wollo, one can listen to various traditional *Munzuma* mainly chanted by Sufi Muslims and watch Sufi dance. These are among the intangible heritages of Ethiopian society, which we do not want to change, could be presented to the visitors as it is, because it represents the local community.

Most of the Islamic intangible heritages are performance arts that could attract visitors who are

looking for new experiences. A respondent from the Federal Mejlis also stated:

[...] Ethiopian Muslims have much more intangible heritages. These intangible heritages include Islamic songs (*Menzuma*) and Islamic dance. These heritages are indigenous to Ethiopia and Sufi Muslims still maintain those habits inherited from their ancestors, which could be transformed into various products for tourists.

There are also various Islamic festivals such as Mawlid of Prophet Muhammad (PBUH), *Ashura*, *Eid al Fatir* and *Eidel Adha* where Islamic songs and dances are performed and cultural-religious dressing systems have been displayed. These intangible Islamic heritages may retain halal visitors and spend more if they participate in activities derived from the local culture. Another participant from the federal tourism office suggests the following:

[...] these intangible Islamic heritages could be incorporated into cultural tourism in the area that would, in turn, motivate more halal visitors to visit. Moreover, if halal activities representing local culture and customs were organized, more and more halal visitors will join the tourism sector. Also, the local community could develop many halal tourism-related activities that represent their local culture, and these would provide economic returns for a large segment of the community [...]

Identifying and Mapping Potential Routes of Halal Tourism in Ethiopia

After inventorying the available attractions, the next step is identifying and mapping appropriate halal tourism routes. Firstly, the concept of tourism-routes was discussed. Then five potential halal tourism routes and their respective nodes of attractions were presented.

Tourism routes are major concerns in tourism development. Tourism route is defined as a network system that connects multiple natural and cultural nodes to provide a diversified tourism product at a time and one route (Chountala et al., 2019). Route planning has become one of the most significant steps in tourism development (Görmüş et al., 2017). Tourism routes help destination managers develop non-promoted sites with high tourism resources into

tourists' destinations. Commercial viability is among determinant criteria in proposing the new routes. Tourism routes tie-up several nodes of attractions that would separately not have the power to attract visitors. Therefore, identifying and mapping tourism routes is an important mechanism to develop fragmented attractions in a position to attract tourists. The thematic routes refer to the row up of natural, historical or cultural attractions and make them accessible to different transport forms around a chosen topic or theme (Csapo & Berki, 2014).

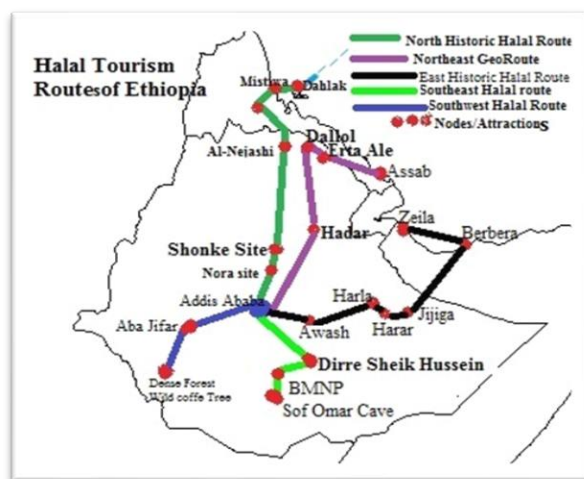


Figure 27: Halal Tourism Routes of Ethiopia: by the Researcher

The aim of developing halal tourism routes in Ethiopia is to create interrelation and interconnection on diverse and separated visitor attractions by creating historical, economic and cultural linkages between individual attractions. This, in turn, enables visitors enjoying rich experiences and enriches their consumption. Itineraries of a particular visitor route also offer particular advantages in the promotion of tourism as a spatial development strategy, in that demand and expenditure can be diffused to various nodes instead of concentrating on saturated attractions. According to the opinion of tourism experts, tourism routes have long shown to provide the impetus for the development of a range of new attractions and facilities along with the ways. Therefore, first halal visitor attractions were identified and described. Then countrywide distribution attractions become important nodes to propose nationwide halal tourism routes. These routes will reveal not only halal itineraries but also Ethiopia's natural and

cultural corridors that would fit the interest of halal conscious visitors.

The first tourism route established in Ethiopia was the North Historic Route that includes historic sites of BahirDar, Gonder, Lalibela and Axum (Sisay, 2009; Tafesse, 2016). Established in the 1960s, this route has attracted the vast majority of the country's visitors to date. This route, however, did not include Islamic heritages. Even iconic Islamic heritages such as the historic site of al-Nejashi were not included in this route. Another example of a successful commercial route is the south ethnographic route in which iconic Islamic heritages such as the palace of Aba Jifar were not considered. The current proposal of halal tourism routes involves resourceful but historically disadvantaged communities in tourism route development. The role of halal routes to develop halal tourism in Ethiopia unanimously shared among all participants of tourism experts. Forming routes in collaboration with relevant local stakeholders make economic sense from a marketing, networking and economic perspective.

The proposal of all routes was based on the principle of tourism development that tourism development could be sustainable only when it involves the local communities and consider the very interest of the indigenous people (Briedenhann & Wickens, 2004). Accordingly, the local communities' representatives, investors and tourism experts were consulted during the route proposing process. Tourism theories agreed that tourism developments are unlikely to succeed if they are not adopting a "community-based approach" in which local communities are given the opportunity to be decision-makers in the courses and the ends of the project. Unfortunately, impracticable political promises of employment opportunities have made some people doubtful to engage in such a project. There were also widespread feelings of inequality, fear, distrust and resentment that affect successful community participation. Some people perceived such kind of development initiatives as exploitative and political. Conflict of interest often occurs between the indigenous community and the industry actors. During the development of new tourism, it is obvious that mistrust between various groups is inevitable since the potential benefit to one sector of the community might marginalize others.

Finally, by using the "thematic route" design and geographical actuation zone, five main halal tourism routes were identified and proposed. These are the North historic halal tourism route (Al-Nejashi historic route), Northwest halal geo-route, Eastern historic halal tourism route (Harar historic route), the Southeast Halal eco-route and Southwest halal route (Aba Jifar route). The viability, feasibility and long-term sustainability of these routes were well considered.

The North Historic Halal Tourism Route (Al-Nejashi Historic Route)

The North historic halal tourism route also called the Al-Nejashi Historic Route is a border-crossing route that runs from Addis Ababa, Ethiopia towards the north as far as Massawa and Dahlak Islands of Eritrea. This route transcends not only international borders but also geographical diversity. It connects historic sites and Islamic heritages in Ethiopia and Eritrea. The Al-Nejash route provides a unique tourism experience that links Ethiopia's Islamic heritage to Eritrea's Islamic heritage and coastal areas. The route starts from Addis Ababa and heads through the Islamic archaeological sites of North Showa and literary landscapes of Wollo to Tigray open historic sites of Al-Nejashi, before heading north to the tourism sites of Eritrea, Massawa and the Dahlak archipelagoes. This route will transcend to Saudi Arabia by tracing the footprint of the *Sahabas* (companion of Prophet Mohammed) who conduct the first Hijra towards Habesha in 615.

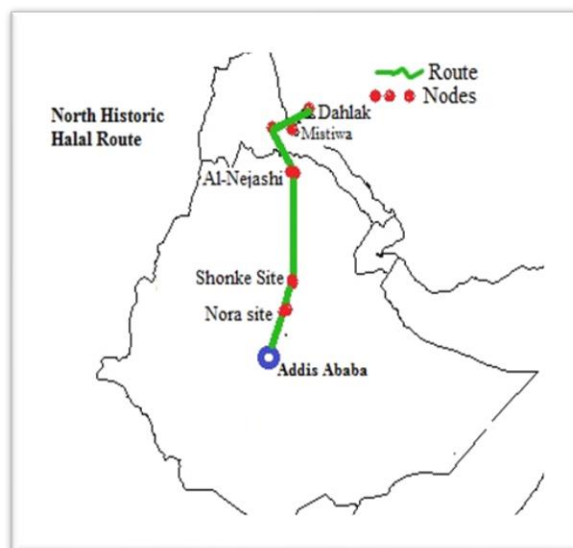


Figure 28: North Historic Halal Tourism Routes: By the Researcher

The Al-Nejashi historic route covers most of the northern part of Ethiopia. The Islamic archaeological and heritage sites of the Showa particularly Ifat Sultanate in North Showa, heritages buildings of Shonke residential complex and Mosque in Wollo and the Historic Mosque and religious sites of Al-Nejashi in Tigray Wukro as major nodes of this route. Secular sites such as the battlefield of Adwa, where Ethiopians defeated Italian in 1896 and breathtaking landscapes of Northern Ethiopia will be supplementary assets of this route. Adwa is a historic place where the black defeated the white imperialist force for the first time in history.

Therefore, halal conscious visitors will enjoy visiting this historic battlefield. The Al-Nejashi Historic Route consists of overlapping nodes and therefore has more capacity to capture the visitors' attention. This route will have a comparative advantage over others for having overlapping Islamic heritages throughout the way and the availability of the north historic route in the same direction. These factors could increase the values of this route. The promotion of the proposed route is an integral part of route formation. Otherwise, visitors may hardly aware of this route.

The Northwest Halal Geo-Route (The Danakil Geo-Route)

As discussed earlier, Northeast Ethiopia mainly the Afar region is rich in geological and archaeological visitor attractions. After having studied the attractions, it is also necessary to assess how to interconnect these sites and make them accessible to visitors. Northwest halal route or the Danakil Geo-Route is a border-crossing route that runs northeastwards from Addis Ababa, Ethiopia as far as Assab, the port of Eritrea. This route connects tourism routes of the Afar regional state mainly geological and archaeological sites such as Hadar archaeological sites (where Lucy was discovered), the Erta Ale active volcano and Dallol depression, and transcends international borders towards Assab port. It connects visitor attractions of the Afar region with Addis Ababa and Assab. The Danakil Geo-route provides a unique tourism experience mainly geological, geomorphological and archaeological sites. The route starts at Addis Ababa and passes through the lower Awash_Hadar, Ertale and Dallol before heading north to the tourism sites of Eritrea, Assab port.

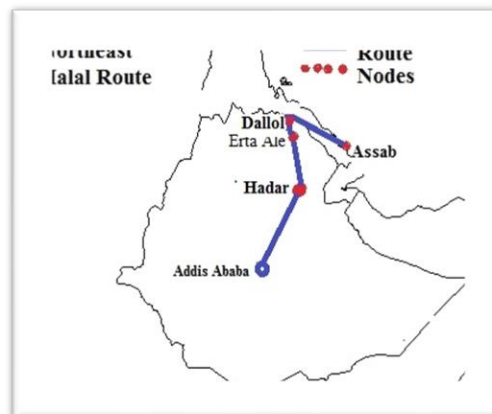


Figure 29: North East Halal Route: by the Researcher

The East Historic Halal Tourism Route

In Eastern Ethiopia, there was a legendary long-distance trade route connected East Ethiopia with the central Ethiopia. This historic long-distance route has realized the economic, cultural, political and religious interactions between Eastern Ethiopia and other parts of Ethiopia and the port cities of the horn of Africa. The present proposed route will more or less follow the pattern of this historic route.

The proposed Eastern Historic Route or the Harar historic route will run from Addis Ababa eastwards to the historic city of Harar with a probable extension as far as Zeila and Berbera. This route will connect several nodes such as Awash national park, archaeological sites of Harlaa, the walled historic city of Harar and leads to the ports of Berbera and Zeila through Jijjiga. Just like other routes, the visitation will be started from Addis Ababa and continue to pass through the following nodes of destinations.

Bishoftu and its volcanic lakes: the visitors will enjoy observing some of the unique birdlife, experimented ornithologist attractions. *The Awash Park:* here in addition to the park, the visitor will enjoy with cultural lifestyles of *Kereyu* pastorals. Harlaa is an abandoned Islamic city located between Harar and Dire Dawa. The visitor will spend a good time at Harlaa and spend the night at Dire Dawa. Dire Dawa the so-called "the New Harar" was established in 1902 following the construction Djibouti-Addis Ababa railway, and now becomes an important cosmopolitan city of Eastern Ethiopia.

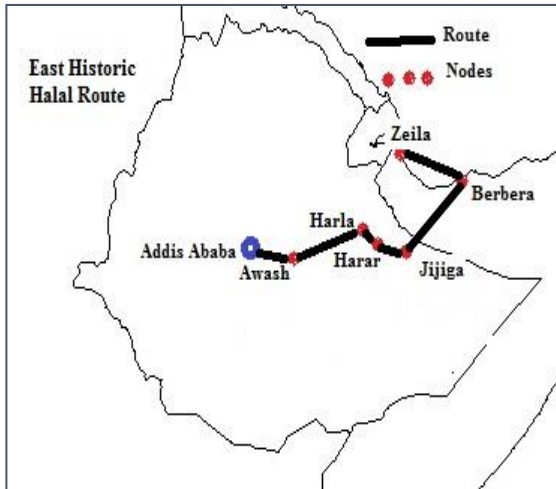


Figure 30: The East Historic Halal Route: By the Researcher

Harar, the sub-developed destination with some amenities, and rich historical and cultural attractions in Eastern Ethiopia will be a major node in this route. As discussed earlier in this paper, the walled city of Harar serves as the main attraction for visitors visiting Eastern Ethiopia. Babile and Gursum (the Dakhata Valley and the Kundudo Mountain) will be important nodes of the new route. As the head of Babile culture and tourism bureau stated that:

[...] apart from the walled city of Harar and other many attractions, new visitor attractions being discovered in East Ethiopia. The famous Abyssinian Elephants sanctuary in Babile is another quality of this area. Due to these qualities, the construction of a Halal lodge either in Babile or in Gursum has been strongly recommended.

This route will transcend towards Hargeisa, Zeila and Berbera of Somalia. In such a way, this route will be extended as far sea outlet so that the visitor may come to this route by ship directly from abroad and will be able to visit from frontier to interior.

The Southeast Halal Route (Bale Eco-Route)

The Southeast Halal Eco-Routes runs from Addis Ababa towards southeastern parts of Ethiopia, Bale zone. In these routes, there are three major nodes, namely, the Bale mountains national parks, Dire Sheik Hussein historical and religious sites and Sof Omar cave system. However, visitors could enjoy visiting other attractions in the area.

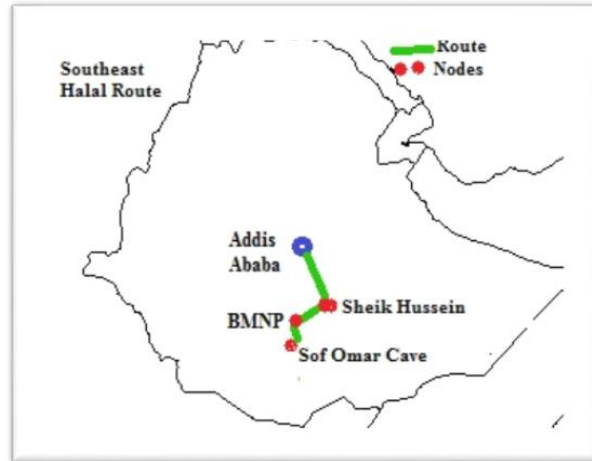


Figure 31: Southeast Halal Route: by the Researcher

The Southwest Halal Tourism Route (The Aba Jifar Eco-Route)

This route runs from Addis Ababa towards Southwestern Ethiopia. The Palace of Aba Jifar and wild Coffee forests are the major attractions of this route. This route will include various natural resources and forests of Southwestern Ethiopia. It will also runs as far as Grand Ethiopian Renaissance Dam (GERD).

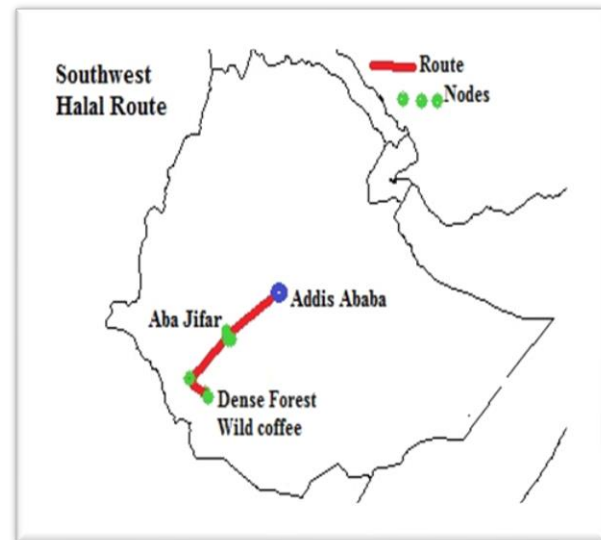


Figure 32: The Southwest Halal Route: by the Researcher

Most of Ethiopia's forest resources are found in this part of the country. When fully utilized, this route will be connected with Senkelle Swayne's Hartebeest Sanctuary, Oromo National park, Mago national park and Gambella national park.

Concluding Remarks

This paper discussed the availability and viability of halal sites and routes in Ethiopia. Sites and routes are the core elements of tourism development. Based on geographical zones and locations, halal visitor attractions were categorized into five clusters namely the north cluster, the northeast cluster, the eastern cluster, the southeast cluster and the southwestern cluster. Each cluster comprises important natural, historical, cultural archaeological and geological attractions. The locations of these attractions were identified by using the Global Positioning System (GPS) and Geographic Information System (GIS) and they were plotted on a map. Data obtained from fieldworks and google earth were employed to identify the geographical location of these attractions. After having identified visitor attractions that have a greater potential to attract halal conscious visitors, viable halal tourism routes have been identified and proposed.

Generally, five major halal tourism routes were identified and proposed for further development. These routes are the north historic halal route, the northwest halal Geo-route, eastern halal route, southeast halal eco-route and southwest halal eco-route. The North historic halal route (Al-Nejashi historic route) interconnects great archaeological and historical sites of Ethiopia, even Eritrea. This route more or less follows the footprint of the pioneer Sahabas who immigrated towards Habesha during the first Hijra in 615. Hence, this route will transcend as far as the Gulf States such as Saudi Arabia. This route may very fit for religious and history-lover visitors. The Northeast halal geo-route will mainly interconnect the geological attractions Afar region. This route could be very attractive and conducive for nature-lover visitors and adventurers. The Eastern historic halal route comprises historic cities of Islamic sultanates and it follows the trend of the historic long-distance trade. The southeast halal eco-route connects three major attractions of the Bale area namely, Bale mountains national park, Sof Omar Cave System and Dire Sheik Hussein Religious and Historic site. The southwest halal route leads towards Palace Jimma Aba Jifar and the nature-based attractions of Southwestern Ethiopia. This route will take environmentalist, eco-friendly and nature-lover visitors to the point of their suit. These routes and their respective nodes were plotted on a map by using GIS technology.

The Ethiopian government and other stakeholders should develop and promote tourism resources and halal routes. The study identifies marginalized and the most ignored tourism resources of the country. Most of these attractions are on brink of destruction and extinction. Hence, the government, the local community and other stakeholders should work together to maintain these heritages. Facilities and ancillaries should be set up and halal services should be offered at these sites along the proposed halal routes. These attractions and halal routes should be branded, promoted and introduced to mainly halal customers.

REFERENCES

- Ahmed, H. (2004). Shaykh Jawhar b. Haydar b. 'Alī: A mystic and scholar of Shonkē, southeast Wallo, Ethiopia. *Annales d'Ethiopie*, 20(1), 47–56. <https://doi.org/10.3406/ethio.2004.1069>
- Ahmed, W. M. (2015). *History of Harar and the Hararis* (Issue October). HARARI PEOPLE REGIONAL STATE CULTURE, HERITAGE AND TOURISM BUREAU October.
- Aman, A. (2019). Identification and Documentation of Potential Tourism Resources : It ' s Management Practice in Focus in Jimma Town and its Vicinity , Southwestern Ethiopia. *J Tourism Hospit*, 1–8. <https://doi.org/10.35248/2167-0269.19.8.418>
- Asante, B. (2009). Merging past and present : Local level conservation of material culture in the museums of Harar , Ethiopia. *Nilo-Ethiopian Studies 13: 1-16*, 13, 1–16.
- Aynalem, S., Akele, B., Alemayehu, H. ., & Molla, G. (2015). Assessment and Identification of the Tourism Resources of Bale Zone, Ethiopia. *Journal of Tourism & Hospitality*, 04(04). <https://doi.org/10.4172/2167-0269.1000176>
- Bank, W. (2006). *Ethiopia: Towards a Strategy for Pro-Poor Tourism Development* (Issue June).
- Bayih, B. E., & Tola, M. W. (2017). Practices and challenges of promoting major tourism destinations of Bale Zone for Sustainable Tourism Development in Ethiopia. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 6(2).
- Briedenhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas-vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 25(1), 71–79. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00063-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00063-3)
- Cavalazzi, B., Barbieri, R., Gómez, F., Capaccioni,

- B., Olsson-Francis, K., Pondrelli, M., Rossi, A. P., Hickman-Lewis, K., Agangi, A., Gasparotto, G., Glamoclija, M., Ori, G. G., Rodriguez, N., & Hagos, M. (2019). The Dallol Geothermal Area, Northern Afar (Ethiopia) - An Exceptional Planetary Field Analog on Earth. *Astrobiology*, 19(4), 553–578. <https://doi.org/10.1089/ast.2018.1926>
- Chountala, V., Chountalas, P., Magoutas, A., & Mavragani, E. (2019). The cultural route of Hercules: Mapping the tourist's perspective. *International Journal of Tourism Policy*, 9(2), 131–154. <https://doi.org/10.1504/IJTP.2019.102638>
- Cieśluk, K., Karasiewicz, M., & Preisner, Z. (2014). Geotouristic attractions of the Danakil Depression. *Geotourism/Geoturystyka*, 1((36)), 33. <https://doi.org/10.7494/geotour.2014.36.33>
- Csapo, J., & Berki, M. (2014). *Existing and future tourism potential and the geographical basis of thematic routes in south Transdanubia , Hungary To cite this version : HAL Id : halshs-00516130.*
- Erlich, H. (1994). *Ethiopia and the Middle East*. Lynne Rienner Published Ltd.
- Erlich, H. (2009). Islam , Christianity , Judaism , and Ethiopia: The Messages of Religions. *The Nehemia Levtzion Center for Islamic Studies The*, 1–19.
- Eyassu, A. W., Chekole, Y. A., & Tadesse, G. T. (2019). Tourism development potentials and challenges in Shonke Village, Ethiopia. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(5), 1–16.
- Fauvelle-Aymar, F.-X., Bruxelles, L., Amélie Chekroun, R. M., Olivier Onézime, A. W., Deresse Ayenatchew, H. Z., Hirsch, B., & Mohamed, A. (2006). A Topographic Survey and Some Soundings at Nora , an Ancient Muslim Town of Ethiopia. *Journal of Ethiopian Studies*, 39(1/2), 1–11.
- Fyall, A., Garrod, B., & Leask, A. (2012). *Managing visitor attractions: New directions*. Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9780080496368>
- GÖRMÜŞ, S., ATMIŞ, E., GÜNŞEN, H. B., ÖZKAZANÇ, N. K., & ARTAR, M. (2017). The Importance of Mapping Natural and Cultural Routes in Rural Tourism: Bartın Case. *Research Journal of Agricultural Sciences*, 10(1), 32–38. www.nobel.gen.tr
- Hussien, A. (2001). Islam in the Ninetenth-Cuntry , Wallo, Ethiopia: Revival, Reform and Reaction. In *Social, Cultural and Political Studies of The Middle East and Ethiopia*. Brill.
- Insoll, T. (2017). First footsteps in the archaeology of harar, ethiopia. *Journal of Islamic Archaeology*, 4(2), 189–215. <https://doi.org/10.1558/jia.35273>
- Insoll, T., Khalaf, N., Maclean, R., & Zerihun, D. (2017). Archaeological survey and excavations, Harlaa, Dire Dawa, Ethiopia January-February 2017. A preliminary fieldwork report. *Nyame Akuma*, 2017-June(87), 32–38.
- Khalaf, N., & Insoll, T. (2019). Monitoring Islamic Archaeological Landscapes in Ethiopia Using Open Source Satellite Imagery. *Journal of Field Archaeology*, 44(6), 401–419. <https://doi.org/10.1080/00934690.2019.1629256>
- Labouisse, J. P., Bellachew, B., Kotecha, S., & Bertrand, B. (2008). Current status of coffee (*Coffea arabica* L.) genetic resources in Ethiopia: Implications for conservation. *Genetic Resources and Crop Evolution*, 55(7), 1079–1093. <https://doi.org/10.1007/s10722-008-9361-7>
- Pradines, S. (2011). *the Medieval Mosques of Nora Islamic Architecture in Ethiopia. June.*
- Semu, K. T. (2016). Dynamics of the Cult of Sheik Hussein of Bale, Ethiopia: Its Course and Curse of the Extremists, a Historical Perspective. *Ethiopian Journal of the Social Sciences and Humanities*, 12(1), 63-101–101.
- Sisay, A. (2009). *Historical Development of Travel and Tourism in Ethiopia* (Kuraz (ed.)).
- Tafesse, A. (2016). The Historic Route in Ethiopian Tourism Development. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Volume*, 5(2), 0–13.
- Tola, S. (2009). *The Conservation of Dirre Sheikh Hussein Heritage Site.*
- Trimingham, J. S. (1952). *Islam in Ethiopia*. Oxford University Press.
- Tucker, C. M. (2011). *Coffee Culture: Local Experiences, Global Connections*. Routledge Tylor and Francis Group.

Ethical approval

This study is among the studies that do not require ethics committee approval due to not fall within the scope of research that requires one-to-one data collection from the participants and the data are obtained as secondary data.

Contribution rate of researchers

The authors contributed equally to the study.

Conflict of interest

There is no potential conflict of interest in this study.



PROFESYONEL TURİST REHBERLERİNİN DAVRANIŞ VE MESLEKİ YETERLİLİKLERİNİN TUR KALİTESİNE ETKİSİ

Araştırma Makalesi

Semi KARA¹, Mahmut DEMİR²

ÖZET

Araştırmanın temel amacı profesyonel turist rehberlerinin davranış ve mesleki yeterliliklerinin tur kalitesi üzerindeki etkilerini belirlemektir. Araştırma verileri Nisan-Eylül 2018 döneminde İstanbul çıkışlı paket tur satın alan katılımcılardan anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Çalışmanın örneklemini 443 kişi oluşturmaktadır. Verilerin analizinde sosyal bilimler için geliştirilmiş olan SPSS 22 istatistik paket programı kullanılmış olup öncelikle turistlerin kalite algısı düzeyleri için genel çıkarımsal istatistik açısından güvenilirlik testi yapılmış, faktörlerin ayrı ayrı olarak parça güvenilirliği ölçülmüştür. Verilerin çözümlemesinde faktör analizi, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Sonuç olarak profesyonel turist rehberlerinin mesleki yeterlilik, tavır, bilgi ve donanımlarının tur kalitesi üzerinde etkisinin olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Profesyonel Turist Rehberi, Tur Kalitesi, Rehber Davranışı, Mesleki Yeterlilik

JEL Sınıflama Kodları: L15, L83, L84

THE EFFECTS OF PROFESIONAL TOUR GUIDES' ATTITUDES AND QUALIFICATIONS ON TOUR QUALITY

Research Article

ABSTRACT

The main purpose of the research is to determine the effects of professional tourist guides' behavior and professional competencies on tour quality. The data of the research were collected through a questionnaire form from the participants who purchased package tours in Istanbul between April and September 2018. Since the population of the research is not certain, the sample consists of 443 people. In the analysis of the data, the SPSS 22 statistical package program developed for social sciences was used, and firstly, the reliability test was made in terms of general inferential statistics for the quality perception levels of the tourists, and the piece reliability of the factors was measured separately. Factor analysis, correlation and regression analysis were used to analyze the data. As a result, it was found that professional competence, attitude, knowledge and equipment of professional tourist guides have an effect on tour quality.

Keywords: Professional Tourist Guide, Tour Quality, Guide Behavior, Professional Competence

JEL Classification Code: L15, L83, L84

¹ Doktora Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD, semkrc.b@gmail.com, orcid.org/0000-0001-9457-0351

² Prof. Dr., Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, mdemir1@gmail.com, orcid.org/0000-0002-5878-2717

“Kara, S. ve Demir, M. (2021). Profesyonel Turist Rehberlerinin Davranış ve Mesleki Yeterliliklerinin Tur Kalitesine Etkisi, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, Vol 5: No: 1, p.35-52, doi: 10.30625/ijctr.827449”

Makale Gönderim Tarihi: 17.11.2020

Kabul Tarihi: 21.02.2021

GİRİŞ

Turizm sektöründeki en önemli olgulardan biri şüphesiz ki turist memnuniyetidir. Memnuniyet, kuşkusuz hizmet bileşenleri kadar sunumu gerçekleştirenlerin tutum ve davranışları, nitelikleri gibi belirli değişkenlere bağlıdır. Turizm sektöründe hizmetlerin tesis, plaj, ulaşım araçları, arkeolojik alanlar vb farklı mekanlarda gerçekleşmesi turist memnuniyetinin sağlanmasını zorlaştırabilmektedir. Bu doğrultuda turist memnuniyetinin sağlanması hizmeti sunan kişinin performansına göre de değişebilmektedir. Kişilerin bireysel olarak fark yaratabildiği turizm hizmetinde turist rehberliği hizmeti turist memnuniyeti oluşumunda önemli bir rol almaktadır. Profesyonel turist rehberleri tur esnasında turistlerin istek ve beklentilerinin karşılanması ve grup üyeleri arasında eşitliğin sağlanarak olası davranış problemlerinin önüne geçilmesinde önemli bir rol üstlenmektedir. Özellikle tur gruplarındaki farklı karakter ve yapıdaki insanların bir arada olmasının yarattığı davranışlara ortak bir payda olma konumundaki profesyonel turist rehberlerinin de özellikleri, tutum ve davranışları tur kalitesine ve turist memnuniyetine yansımaktadır.

Türkiye’de son yıllarda iç turizm hacminin genişlemesi faaliyet gösteren yerli seyahat acentalarının artmasını sağlamıştır. İç turizm piyasasında yaşanan bu artış ile birlikte rekabet kavramı daha da önem kazanmıştır. Yaşanan bu gelişmeler doğrultusunda seyahat acentaları sundukları hizmetlerde turist memnuniyeti ve kalite kavramlarına daha fazla odaklanma ihtiyacı duymaktadır. Şüphesiz ki artan bu rekabet ortamında seyahat acentaları adına turizm hizmetlerini gerçekleştiren turist rehberleri, turist memnuniyeti oluşturmada ve kaliteli hizmet sunmada kilit rol oynamaktadır. Bu bağlamda araştırmanın temelini, profesyonel turist rehberlerinin özelliklerinin, tutum ve davranışlarının tur kalitesinin oluşumunda ki rolünün tespit edilmesi oluşturmaktadır. Araştırmanın turizm sektöründe turist memnuniyeti ve tur kalitesi oluşturmada önemli bir rol oynayan profesyonel turist rehberlerinin gelişiminde önemli bir etkiye sahip olacağı düşünülmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Turist Rehberliği

Profesyonel turist rehberliği kavramı üzerine yapılan araştırmalar incelendiğinde, turizm sektöründe destinasyonların ve kültürel varlıkların tanıtımında kilit rol oynayan turist rehberlerinin birçok araştırma konusunun temel başlığı olduğu görülmektedir. Bu kavramın anlaşılması ve tanımlanması adına yapılan literatür taraması sonucu karşılaşılan ve genel görüş olarak kabul edilen tanımlamalar turist rehberlerine önemli bir işlev yüklemektedir. Profesyonel turist rehberi planlı bir gezi programını eksiksiz bir şekilde uygulayan, yerli ve yabancı turistlere gezilecek yerler hakkında doğru ve uygun bir dilde bilgiler aktaran, ülke ve bölgenin tanıtım görevini üstlenen aynı zamanda yerli ve yabancı turistlerin sosyal, ekonomik ve kültürel açıdan gerekli bilgilere sahip olmasını sağlayan liderdir (Ahipaşaoğlu, 2001:90; Köroğlu, 2013:91). Turist rehberliğini farklı bir bakış açısıyla Yarcın (2007) “müze ve gezi güzergahlarında yer alan kültürel ve doğal alanlarda bulunan kalıntıları ve eserleri yorumlayarak turistlerin daha önceden seçmiş olduğu dilde anlatan, gezilen bölgelerde yöre halkının kültürünü, gelenek ve göreneklerini tanıtan, mizah yönü kuvvetli lisanslı kişiler” şeklinde tanımlamaktadır.

Pond (1993) profesyonel turist rehberliği mesleğinin yükümlülüklerini, sorumluluklarını ve bu mesleği yapacak kişilerin sahip olması gereken özelliklerin bütün olarak değerlendirilmesi öne sürmektedir. Türkiye’de 2005 yılında yürürlüğe giren yasal düzenlemede mesleği icra etme yetkisi ve yeterliliğine vurgu yapılan turist rehberliği tarihsel süreçte Mısır’da rahiplerin kervanlara öncülük etmeleri ve dini amaçlı yaptıkları seyahat önderliklerinden İngiltere’de 1841 yılında Thomas Cook’un düzenlediği ilk organize geziye, Osmanlı Devleti’nde 20 Ekim 1890 yılında çıkarılan “Seyyahine Tercümanlık Edenler Hakkında 190 Sayılı Nizamname” adlı düzenleme ile azınlıkların yapmış olduğu rehberlik ve tercümanlık işi gibi birçok örneklerle doludur (Demir, 2017). Ülkemizde 2012 yılında 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu ile rehberlik mesleği; eylemli, eylemsiz, çalışma kartı ve ruhsatname gibi

terimlere kavuşarak mesleğin tanımını ve alanı belirlenmiştir.

Cohen'e (2002) göre rehber liderlik ve arabuluculuk gibi sorumlulukları bulunan ve sadece yol gösteren, kamp alanı bulan, işaretleri okuyup takip eden biri değil, öğretici özelliği ön plana çıkan, liderlik yapan ve gördükleri kavramları yorumlamalarında misafirlerine yardımcı olan kişilerdir. Modern anlamda turist rehberi gezilecek yerlerin coğrafi özelliklerini ve yollarını bilmekle sınırlı kalmayıp, grup enerjisini nasıl yüksekte tutacağını, bölgedeki halkın kültürel ve etnik özellikleri gibi bilgileri sunan sosyo-kültürel anlamda gelişmiş kişiler olarak psikolojik ve sosyolojik açıdan da yeterliliklere sahiptir. Turist rehberliğinin uygulama şekli, grup özellikleri, tur süresi vb birçok değişkenin yarattığı avantaj ya da dezavantaj rehber-turist ilişkilerinde karşılıklı tutum ve davranışları da etkileyebilmektedir (Ap ve Wong, 2001: 551). Turist rehberlerinin sahip olması gereken deneyim, bilgi ve iletişimi kadar bilgileri aktarma tarzı ve sunum şekli son derece önemlidir.

Wolfgang (1982:55) turist rehberlerinin, konuşmuş olduğu anadiline hakim ve hizmet verdiği yabancı dilde sözlü ve yazılı olarak kendini geliştirmiş, ziyaret edilen bölgenin tarihi, sosyal kültürü, gelenek ve görenekleri gibi alanlarda donanımlı ve aynı zamanda genel anlamda kültür ve bilgi seviyesi yüksek olması gerektiğini vurgulamaktadır. Profesyonel turist rehberliği mesleki açıdan çok yönlü olmayı gerektirir. İyi bir dış görünüşe ve etkili iletişim becerilerine sahip, aynı zamanda hoş tavırlar sergileyebilen ve güçlü bir hitabet yeteneği olan (Doswell, 1979:66) profesyonel turist rehberi yaşanabilecek herhangi bir aksilik karşısında sakin kalabilmek zorundadır. Bu tavrıyla grubun güveni ve hoşgörüsünü kazanabilecektir. Bununla birlikte, olası sorunların kaynağı ve çözümü konusunda açıklama yapabilme olgunluğuna sahip olan profesyonel turist rehberi, tur öncesinde iyi bir hazırlık ve plan yaparak kendini tura hazırlar, oluşan bu güven ve motivasyon ile mesleğini başarılı bir şekilde icra eder (Snell ve Carpenter, 1992:27).

Bir profesyonel turist rehberinin görev ve sorumluluklarını yerine getirebilmesi belirli temel nitelik ve özelliklere sahip olmasını gerektirir. Öncelikle turist rehberi hizmet verdiği turist grubu

ile etkili iletişim kurabilmesi için sözlü, yazılı ve görsel iletişim becerilerine sahip olması ve gerek anadilinde gerekse hizmet vereceği yabancı dili akıcı kullanabilmesi iletişimde etkinliği arttıracaktır (Demir, 2016; Weiler ve Black, 2015). Turist rehberleri mesleki yeterliliklerini sağlamış bir eğitim düzeyi ve entelektüel bilgi birikimi ve donanımına sahip bireyledir (Wong ve Wang, 2009). Görevleri sırasında yalnızca mesleki bilgileri aktarmakla kalmaz, aynı zamanda ülke, bölge ve şehirlerin ekonomik, sosyolojik, demografik, kültürel, siyasi, coğrafi vb özelliklerini de bilmek zorundadır (Yenen, 2002:57; Yu, Weiler ve Ham, 2004).

Tur gruplarını yönetmek kolay değildir. Farklı özelliklere sahip insanların oluşturduğu turist gruplarının belirli zaman ve mekanda yönetilmesi, istek ve beklentilerinin ortak düzeyde karşılanabilmesi, çatışmalara neden olmayacak şekilde belirli bir noktada anlaşılması rehberin liderlik özelliğine bağlıdır. Dolayısıyla turist rehberliği sıradan bir iş ve sıradan insanların yapabileceği kadar kolay değildir. Hem bilgi birikimi hem de ilkeli, kararlı, dürüst, açık ve adaletli olmalıdır (Cruz, 1999; Poudel ve Nyaupane, 2013; Tai, 2014). Tur esnasında turist rehberleri liderlik vasıflarını sorgulatacak bir tutum ve davranış içine girmemesi oldukça önemlidir.

Turist rehberlerinin sürekli hareket halinde olmaları nedeniyle fiziksel engelinin olmaması daha rahat bir şekilde çalışmasını sağlar. Bununla birlikte fiziksel görünümünün rahatsız edici olmaması da önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Öyle ki insanlar karşısındakini önce dış görünüşü ile değerlendirir sonrasında düşüncelerine göre karar verir. Özellikle kısa süreli turlarda turistlerin rehberi tanımak ve etkin bir iletişim kurabilmek için yeterli zamanın olmadığı düşünülürse, fiziksel görünümün önemli olduğu yadsınmaz.

Tur Kalitesi

Tur kalitesinin oluşumu, kurumsal imaj ile birlikte beklenen ve algılanan kalite kavramlarının tur öncesi ve sonrasında turist gruplarının yaşadığı deneyimler ile örtüşüp örtüşmediğine bağlıdır (Aloudat, 2017; Lugosi ve Bray, 2008). Paket tur satın alan turistin seyahate çıkmadan önce zihninde oluşturduğu hizmet ile ilgili beklentilerin paket tur

sonrası sunulan hizmetle örtüştüğü durumda beklenen kalite oluşmaktadır. Hizmeti sunan işletmenin algılanan imajı doğrultusunda turistin zihninde canlandırdığı şekilde gerçekleştiği takdirde algılanan kalite kavramı oluşmaktadır. Turizm sektöründe tüketici istekleri kalite kavramının gelişimini ve oluşumunu etkilemektedir. Tüketicilerin hizmet öncesi beklediği ve hizmet sonrası algıladığı kalite işletme imajı ile örtüştüğü ve olumlu yönde geliştiğinde sadakat ve memnuniyet ilişkisinin oluşmasını sağlayacaktır. Bu bağlamda tüketicide hizmet kalitesi kavramının oluşmasını sağlayan değişkenler; işletme imajı, hizmet öncesi beklentiler, hizmet sonrası algılanan kalite, memnuniyet ve sadakat kavramlarıdır. Dolayısıyla satın aldığı tatilden memnun dönen turistlerde işletme, bölge veya destinasyonun tekrar ziyaret edilmesi ve çevresine önerme gibi olumlu etkileri de oluşturacaktır (Demir, 2012).

Tur kalitesini hizmeti oluşturan işletme, satın alan turist ve hizmeti sunan turist rehberleri belirlemektedir. İşletmenin imajı, deneyimi, tur bileşenlerinin nicelik ve niteliği, hizmet alınan yerlerin niteliği, tur fiyatı vb. değişkenler kısa vadede turist ve rehberin kontrolünde olmayan durumları ifade eder. Diğer yandan turist beklentilerinin tur kalitesinde önemli bir etken olduğu yapılan çalışmalarda ortaya konulmaktadır (Hu ve Wall, 2013). Tur kalitesinin oluşmasında profesyonel turist rehberlerinin nitelikleri, tutum ve davranışları hem doğrudan belirleyici bir durumda hem de gerek işletmenin hatasını gerekse tüketicinin olumsuz algısını düzeltebilecek konumdadır (Christie ve Mason, 2003; Hughes ve Ballantyne, 2001; Black, Weiler ve Chen, 2019).

Parasuraman vd (1990:20) belirlemiş olduğu hizmet kalitesi ve boyutlarının turist rehberliği hizmetleri için de uygun bir model ve kapsam oluşturacağı öngörülmekte ve hizmet kalitesinin oluşturulmasında güvenilirlik unsurunun önemli olduğunu vurgulamaktadır. Güvenilirlik turistlerin rehberine olan güveninin oluşmasını sağlarken grup içi etkileşimi ve turun daha iyi gerçekleşmesine de ortam yaratır (Lin, Lin ve Chen, 2017; Weiler ve Black, 2015). Seyahat acentaları veya tur operatörleri tarafından tüketicilere söz verilen bir hizmeti doğru ve eksiksiz bir şekilde yerine getirebilme yetisi olarak güvenilirlik, kayıtları

doğru tutmak ve planlanan hizmeti zamanında yerine getirmek olduğu kadar turun zenginliği, ulaşılabilirliği, fiyatı, bu organizasyonların uygulayıcıları olan turist rehberlerinin sorun çözme yetenekleri ve taahhüt edilen hizmetlerin kesintisiz ve sorunsuz yerine getirilmesi tüketicinin işletmeye olan güvenini belirlemektedir (Duygun, 2007:38). Tur hizmetinin sağlayıcıları olan seyahat işletmeleri ve temsilcileri olan turist rehberlerinin inandırıcılığı ve dürüstlüğü Parasuraman vd. (1990)'nin "inandırıcılık" boyutu içerisinde değerlendirilir. Bu inandırıcılık ve dürüstlük kavramları sağlanırken işletmenin imajı, turist rehberlerinin nitelikleri ve iletişiminin etkin rol oynadığı söylenebilir (Altinel, 2009:18).

Tur hizmetlerinin gerçekleştirilmesinde özellikle sahada turist rehberlerine daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Turist rehberlerinin kabiliyetleri, donanımları aynı zamanda bilgi ve yetenekleri tur kalitesinin oluşmasında Parasuraman vd. (1990)'nin "yeterlilik" boyutu çerçevesinde değerlendirilebilir. Turist rehberleri tarafından gerçekleştirilen tur hizmeti için donanımlı, istekli ve hazır olması, tur kalitesine olumlu katkı sağlayabilir. Turist rehberlerinin organizasyonun başlangıcından sonuna kadar turistlerle ilgilenmesi, onların sorunlarına anında cevap vermesi ve sıkıntısız bir şekilde turu yönetmesi hevesli olduğunun bir göstergesidir (Weiler ve Kim, 2011). Tüketicilerin tur programı ve içeriğine kolay ulaşması, satın alma sürecinin kısa ve uygunluğu tur kalitesinde etkili olabilmektedir. Diğer bir ifade ile tur kalitesinde ulaşılabilirlik önemli bir etkidir (Chan, Hsu ve Baum, 2015; Lin, Lin ve Chen, 2017).

Turist rehberlerinin tur grupları ile etkin bir iletişim kurması tur kalitesine doğrudan etki eden önemli bir unsurdur (Demir, 2016). Karşılıklı etkileşimin olduğu tur gruplarında hem rehberin işi kolaylaşacak hem de turistlerin olumsuz tutum ve davranışları belirli ölçüde azalacaktır (Ap ve Wong, 2001; Nyahunzvi ve Njerekai, 2013). Özellikle bu durum karşılıklı empati kurularak birbirini anlamayı ve birbirine yardımcı olmayı sağlayabileceği için daha kaliteli bir turun oluşmasına da katkı sağlar. Ayrıca karşılıklı hoşgörü ve saygının oluşması hem iletişimin etkinliğini hem de tur kalitesinin artmasını sağlar

(Christie ve Mason, 2003; Howard, Thwaites ve Smith, 2001).

Turist rehberlerinin tur sürecinde turistlerin can ve mal güvenliğini sağlamaya yönelik tedbirleri güvenli hizmet sunumu algısını oluşturmaktadır. Turistlerin algıladığı güvenlik duygusu tur kalitesinin yaratılmasında önemli bir yere sahiptir (Cruz, 1999; Hu ve Wall, 2013; Tsaur ve Teng, 2017). Diğer yandan turistlerin kişisel verilerinin korunması da güvenlik kapsamında değerlendirilebilecek bir unsurdur. Hizmet kalitesi içinde yer alan bir başka değişken ise fiziksel unsurlardır. Turist rehberliğinde fiziksel unsurlar olarak rehberin kıyafeti, fiziksel bakımı (saç, sakal, makyaj, traş vb), çantası, diğer araç-gereçleri belirtmek mümkündür. Fiziksel unsurlar, turistlerin tur kalitesine yönelik algılarının olumlu olmasını sağlar ve rehberin kendilerine saygı göstergesi olarak değerlendirir.

Araştırmanın temel sorusu; “Profesyonel turist rehberlerinin sahip olduğu özellik ve davranışların tur kalitesi üzerinde etkisi var mıdır?” Buradan hareketle araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur;

H₁- Rehberlerin tur öncesi yapmış olduğu ön bilgilendirme tur kalitesini etkiler.

H₂- Rehberlerin turda müşterilerle iletişimi tur kalitesini etkiler.

H₃- Rehberlerin turda yaptığı anlatım tarzı tur kalitesini etkiler.

H₄- Rehberlerin tura ilişkin sorumluluklarını yerine getirmesi tur kalitesini etkiler.

H₅- Rehberlerin mesleğiyle ilgili bilgi ve kültür düzeyi tur kalitesini etkiler.

H₆- Rehberlerin turlardaki liderlik özellikleri tur kalitesini etkiler.

H₇- Rehberlerin turlardaki hal, hareket ve tavırları tur kalitesini etkiler.

YÖNTEM

Yapılan bu çalışmada profesyonel turist rehberlerinin sahip olduğu özellik ve davranışların tur kalitesi üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Araştırma var olan bir durumun ortaya koyulması açısından tümdengelim bir araştırma yaklaşımı ile gerçekleştirilmiştir.

Bu doğrultuda çalışmada daha çok nicel araştırma yöntemlerinde tercih edilen yüz yüze görüşme yoluyla anket tekniği kullanılmıştır. Çalışmada izlenen yol kısaca şu şekilde özetlenebilir:

- Profesyonel turist rehberliği tanımı, turist rehberlerinin özellikleri ve tur kalitesi alanında literatür taraması gerçekleştirilmiştir.
- Veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi tercih edilmiştir,
- Ana kitleyi İstanbul çıkışlı kültür turlarına katılan turistler oluşturmuştur,
- Veri toplama sonucunda elde edilen veriler SPSS 22 programı ile çözümlenerek bulgular yorumlanmış ve öneriler aktarılmıştır.

Araştırma Ölçeği

Araştırma ölçeği Black ve Ham (2005), Demir, Demir ve Nield (2013), Lopez (1980) ve Mak, Wong ve Chang (2011)'in çalışmalarından yararlanılarak oluşturulmuştur. Ölçek tur kalitesini ölçmeye yönelik 5'li Likert türünde (1) “Kesinlikle Katılmıyorum”, (2) “Katılmıyorum”, (3) “Kararsızım”, (4) “Katılıyorum” ve (5) “Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde 68 maddeden oluşmaktadır. Öncelikle 40 kişi üzerinde bir pilot çalışma yapılmış olup eksik yazılmış, anlaşılmayan, birbirinin tekrarı olabilecek bazı değişkenler ankettan çıkarılmıştır. Yeniden oluşturulan anket 45 kişi ile pilot çalışma yapılarak güvenilirlik ve geçerlik testine tabi tutulmuştur. Elde edilen verilere göre Cronbach Alpha=,95 ve p=.001 düzeyinde gerçekleşmiş ve bu sonuçlardan sonra anket uygulanmıştır.

Veri Toplama

Araştırma evrenini İstanbul çıkışlı kültür turları alan turistler oluşturmaktadır. Ancak evren hakkında kesin bir veriye ulaşılamamıştır. Araştırma verileri İstanbul'dan paket turlara katılan 443 turistten yüz yüze görüşme yapılarak anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Katılımcıların tamamını Türk turistler oluşturmaktadır.

Veri Analizi

Verilerin analizinde sosyal bilimler için geliştirilmiş olan SPSS 22 istatistik paket programı kullanılmıştır. Verilerin çözümlenmesinde önce güvenilirlik ve geçerlik testi yapılmıştır. İkinci

olarak Kaiser- Mayer- Olkin (KMO) analizi ile verilerin anlamlılık ve faktör analizine uygunluğu ölçülmüştür. Üçüncü olarak veriler varimax rotasyonlu faktör analizine tabi tutularak faktörlerin oluşumu ve dağılımı incelenmiştir. Dördüncü analiz işlemi veriler korelasyon

analizine alınmıştır faktör boyutlarının bağımlı değişken ile ilişki içinde olup olmadığı araştırılmıştır. Son olarak veriler regresyon analizine tabi tutularak bağımsız değişkenlerin oluşturduğu boyutların bağımlı değişken üzerindeki etkisi belirlenmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Meslek	Frekans (n)	Yüzde (%)	Yaş	Frekans (n)	Yüzde (%)
Öğrenci	51	11.5	15-24	64	14.6
Devlet Memuru	100	22.6	25-34	164	37.0
Özel Sektör	157	35.4	35-44	87	19.6
Serbest Meslek	88	19.9	45-54	64	14.4
Emekli	47	10.6	55 ve üstü	64	14.4
Toplam	443	100.0	Toplam	443	100.0
Cinsiyet			Eğitim durumu		
Kadın	254	57.3	İlköğretim	15	3.4
Erkek	189	42.7	Lise	66	14.9
Toplam	443	100.0	Üniversite	283	63.9
			Lisansüstü	79	17.8
			Toplam	443	100.0
Medeni durum			Çocuk sayısı		
Evli	185	41.8	Yok	276	62.4
Bekâr	230	51.9	1	71	16.0
Dul/Boşanmış	28	6.3	2	78	17.6
Toplam	443	100.0	3 ve üzeri	18	4.1
			Toplam	443	100.0
Tura kiminle katıldınız			Turu satın aldığınız yer		
Yalnız	82	18.5	Seyahat Acentası	270	60.9
Aile	179	40.4	İnternet	173	39.1
Arkadaş	145	32.7	Toplam	443	100.0
Akraba	25	5.6			
Diğer	12	2.7			
Toplam	443	100.0			
Gelir durumunuz (Aylık TL)			Bu tur için ayırdığınız bütçe (Kişi Başı TL)		
3000 ve altı	125	28.2	3000 ve altı	357	80.6
3001-4000	121	27.3	3001-4000	59	13.3
4001-5000	64	14.4	4001-5000	15	3.4
5001 ve üzeri	133	30.1	5001 ve üzeri	12	2.7
Toplam	443	100.0	Toplam	443	100.0
En son katıldığınız turun süresi					
Günübirlik	66	14.9			
Hafta sonu	128	28.9			
1 Haftalık	179	40.4			
1 Haftadan uzun	70	15.8			
Toplam	443	100.0			

Tablo 1’de katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Katılımcıların %35,4’ünü özel sektör çalışanları oluşturmaktadır. Yaş grupları açısından %37’sinin 25-34 yaş aralığında ve %57,3’ünün kadındır. Belirlenen örneklem üzerinden bir değerlendirme yapılacak

olursa, kadınların erkelere göre daha fazla kültür turlarına katıldığını göstermektedir. Bunu destekleyecek bir başka demografik özellik eğitim durumudur. Katılımcıların %63,9’unu üniversite mezunları oluşturmaktadır. Bu oran lisansüstü mezunlarla birlikte %81,7’dir. Katılımcıların

%51,9'unun bekâr, %62,3'ünün çocuk sahibi olmadığı, %40,4'ünün ailesiyle birlikte tura katıldığı, %60,9'unun seyahat acentasından tur satın aldığı, %30,1'inin 5001 TL üzeri gelire sahip olduğu, %80,6'sının 3000 TL ve altı miktarı tura ayırdığı ve %40,4'ünün 1 haftalık turlara katılanlardan oluştuğu görülmektedir.

BULGULAR

Araştırma verilerinin çözümlenmesi sonucunda Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi, faktör analizi, korelasyon analizi ve regresyon analiziyle elde edilen bulgular ayrı ayrı tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 2. KMO ve Barlett Küresellik Testi Bulguları

Kaiser-Meyer-Olkin Örnek Uyum Ölçüsü		,973
	X ²	21608.052
	Sd	1176
Barlett Küresellik Testi	P	,000
P<0,001		

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testinin uygulanması ile araştırmacılar tarafından elde edilen verilerin açımlayıcı faktör analizine uygun olup olmadığı anlaşılabilir (Karagöz ve Kösterelioğlu, 2008). Field (2000) KMO testi için alt sınır değerinin 0.50 olması gerektiğini, bu değer altında olması durumunda verilerin açımlayıcı faktör analizine

uygun olmayacağını belirtmiştir. Bu durumda Tablo 2'de bilgileri verilen KMO testi oranı 0,973 ve anlamlılık seviyesinin p=0,000 olması verilerin açımlayıcı faktör analizine uygunluğunu göstermektedir.

Tablo 3. Bağımsız Faktörlere İlişkin Açımlayıcı Faktör Analizi Bulguları

	Faktör Yüğü	Ölüm Değerleri
Faktör 1 – Ön Bilgilendirme		
Tura başlamadan önce genel olarak bilgi verdi	,779	Özdeğer = 15,99
Tura başlamadan önce uyulması gereken kurallar hakkında bilgi verdi	,764	AVO (%) = 18,90
Tura başlamadan önce ziyaret edeceğimiz yerler hakkında bilgi verdi	,715	Standart Sapma = 2,96
Tura başlamadan önce bu turun özelliği hakkında bilgi verdi	,679	Ortalama = 4,37
		α = ,85
		p = ,035
Faktör 2- İletişim		
Müşterilerle seviyeli ilişki içerisinde ve saygılıydı	,745	Özdeğer = 13,76
Herkesle seviyeli bir ilişki içindeydi	,744	AVO (%) = 14,71
Bizi sabırla dinliyordu	,735	Standart Sapma = 4,76
Beden dilini etkin kullanıyordu	,699	Ortalama = 4,37
Müşterilerle iyi bir iletişim sağladı	,697	α = ,92
Aynı soru tekrar tekrar sorulduğunda bile sinirlenmiyordu	,659	p = ,001
Bizimle iyi anlaşlıyordu	,535	
Faktör 3- Anlatım		
Tur programı ve içeriğini sıkıcı hale getirdi	,809	Özdeğer = 7,93
İyi hitabet yeteneğine sahipti	,567	AVO (%) = 10,15
Tarihi eser ve yerlerin anlatımında detaylara yer verdi	,552	Standart Sapma = 3,04
Etkileyici bir şekilde anlatıyordu	,540	Ortalama = 3,61
Dili etkin kullanıyordu	,530	α = ,82
Sorularına tatmin edici cevap verebildi	,522	p = ,001
Anlatımında zaman zaman şüphe oluşturuyordu (T)	,433	

Faktör 4- Sorumluluk			
Ayrımcılık yapmıyor herkese eşit yaklaşıyordu	,736	Özdeğer =	5,44
Tur boyunca dürüst davrandığını gösterdi.	,680	AVO (%) =	9,48
Her konuda yardımcı olmaya çalışıyordu	,670	Standart Sapma =	4,24
Sorumluluğunu iyi biliyordu	,647	Ortalama =	4,38
Müşteri istek ve beklentilerini biliyor ve anlıyordu	,614	α =	,92
Tur grubundaki herkesle ilgilendi	,597	p=	,001
Faktör 5- Bilgi ve Kültür			
Tarihler ve olaylar arası bağlantıları iyi kurabiliyordu	,763	Özdeğer =	3,19
Tarih, sanat ve arkeoloji bilgisi tatmin ediciydi	,749	AVO (%) =	8,16
Tarihi yerlerin geçmiş kültürlerini biliyordu	,733	Standart Sapma =	3,95
Yöre hakkında güncel bilgilere sahipti	,695	Ortalama =	4,30
Yüksek düzeyde genel kültüre sahipti	,662	α =	,93
		p=	,001
Faktör 6- Liderlik			
Hoşgörüsü yüksek, anlayışlıydı	,699	Özdeğer =	1,96
Hızlı karar verebiliyordu	,647	AVO (%) =	5,22
Farklı kişilerin isteklerini birleştirerek çözüm buluyordu	,603	Standart Sapma =	5,89
Tura ayrılan zamanı iyi kullandı	,568	Ortalama =	4,34
Programa uyma konusunda titizdi	,564	α =	,93
Olayları yorumlama becerisi yüksekti	,563	p=	,001
Dikkatimizi toplama özelliği güçlüydü	,557		
Tur için belirlenen kurallara ve düzene uydu	,516		
Faktör 7- Tavır			
Kendini beğenmiş birisiydi (T)	,846	Özdeğer =	1,84
Nazik ve kibardı	,738	AVO (%) =	4,51
Güler yüzlü ve samimiydi	,735	Standart Sapma =	2,85
Güvenilir bir kişiliğe sahipti	,701	Ortalama =	3,67
Beyefendi/hanımfefendi birisiydi	,673	α =	,85
Seyahat acentası ve kendi itibarına uygun davranışlar gösterdi	,636	p=	,001
Şımarık ve laubali davranışlar sergiliyordu (T)	,578		
Faktör 8 – Tur kalitesi			
Tur rehberimiz tura ödemiş olduğum paranın boşa gitmediğini göstermiştir	,926	Özdeğer =	1,78
Tur rehberimiz tura ayırmış olduğum zamanın boşa gitmediğini göstermiştir	,923	AVO (%) =	4,24
Tur rehberimiz tur ile ilgili beklentilerimi karşılamıştır	,909	Standart Sapma =	4,13
Tur rehberimiz kendisinin rehberliğinde başka bir turu tekrar satın alabilecek düzeyde memnuniyet oluşturmuştur	,908	Ortalama =	4,28
Tur rehberimiz turu başkasına tavsiye edecek kadar memnuniyet oluşturmuştur	,843	α =	,95
		p=	,001
Genel α = 0,95 KMO Ölçümü=0,973; Bartlett's Test of Sphericity= 21608.052; p<.001; Açıklanan Varyans Oranı (AVO)=75.37; Genel ortalama=4.16			

KMO ve Barlett Küresellik testi sonuçları, verilerin açımlayıcı faktör analizine (AFA) uygun olduğunu göstermektedir. Varimax rotasyonlu AFA uygulanan verilerden 13 madde değişkeni oluşan boyutlarda genel yapıyı bozması ve diğer değişken faktör yükü düzeylerini düşürmesi nedeniyle kapsam dışı tutulmuştur. Yapılan AFA

sonucunda 8 farklı boyutun olduğu ve her boyutta yer alan maddelerin boyutlar içinde anlamlılık derecelerinin uygun ve kabul edilebilir düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizi sonucunda boyutlar içinde yer alan gruplar literatüre ve araştırmacının profesyonel turist rehberliği deneyimine dayandırılarak, içerdiği

anlamları üzerinden isimlendirilmiştir. Tablo 3'te oluşan boyutlar, içeriklerinin anlamlılık değerleri, boyut içindeki açıklama oranları, özdeğerleri, standart sapmaları, F ve p değerleri ile birlikte gösterilmiştir.

Ön bilgilendirme faktör boyutunu oluşturan maddeler, genel itibarıyla rehberlerin tur öncesi tur kuralları ve programı ile alakalı anlatım yapıp yapmadığını ölçmeyi içeren ifadelerden oluşmaktadır. Boyutu oluşturan maddelerin ortak anlamlarına bakıldığında profesyonel bir turist rehberinin tura başlamadan önce neler yapması gerektiği ile ilgili görüşleri değerlendirmektedir. Bu ortak anlamdan yola çıkarak faktör boyutunun adı ön bilgilendirme boyutu olarak belirlenmiştir. Bu faktörün genel yapıyı açıklama oranı %18,90 $\alpha=0,85$ ve $p=0,035$ olarak gerçekleşmiştir.

İletişim faktörü boyutunu oluşturan maddeler turist rehberlerinin, tur esnasında kurmuş oldukları iletişim şekillerinin ve biçimlerinin ölçülmesini amaçlayan ifadelerden oluşmaktadır. Boyutu oluşturan ifadelerin ortak anlamlarına bakıldığında profesyonel bir turist rehberinin tur sürecinde misafirleri ile nasıl bir iletişim kurması gerektiği ve kurulan iletişimin çerçevesini belirlemeye yönelik görüşleri değerlendirmektedir. Boyut içinde yer alan maddelerin ortak-anlamı profesyonel bir turist rehberinin sahip olduğu iletişim becerilerini değerlendirmesinden dolayı oluşan bu faktöre “iletişim” adı verilmiştir. Bu faktörün genel yapıyı açıklama oranı %14,71 $\alpha=0,92$ ve $p=0,001$ olarak gerçekleşmiştir.

Anlatım faktörü boyutunu oluşturan maddeler genel kapsamda turist rehberlerinin anlatım yeteneklerini ve tarzlarını ölçmeye yönelik ifadeleri içermektedir. Anlatım boyutunu oluşturan ifadelerin ortak anlamı incelendiğinde profesyonel bir turist rehberinin müze ve örenyerlerinde bilgi aktarışı, tarihi eserleri yorumlama becerisi ve sahip olduğu hitabet ve dil yeterliğinin nasıl olduğunu değerlendirmeye yöneliktir. Boyut içinde yer alan maddelerin ortak anlamı dil, hitabet ve yorumlama becerilerini kapsadığı için bu faktör “anlatım” olarak belirlenmiştir. Bu faktörün genel yapıyı açıklama oranı %10,15 $\alpha=0,82$ ve $p=0,001$ olarak gerçekleşmiştir.

Sorumluluk turist rehberliğinin önemli unsurlarından birisidir. Bu faktörü oluşturan

maddeler turist rehberlerinin tur esnasında turist grubuna ve işine karşı sahip olması gereken sorumluluk kavramının ölçülmesine yönelik ifadelerden oluşmaktadır. Sorumluluk boyutu içerisinde yer alan değişkenler incelendiğinde genel anlam olarak profesyonel bir turist rehberinin turda misafirlerine karşı yapmakla görevli ne gibi mesleki yükümlülüklerinin ve sorumluluklarının olduğunu göstermektedir. Faktörü oluşturan maddelerin genel anlamı profesyonel bir turist rehberinin mesleki yükümlülükleri ve sorumluluğu olduğu için bu faktör “sorumluluk” olarak isimlendirilmiştir. Bu faktörün genel yapıyı açıklama oranı %9,48 $\alpha=92$ ve $p=0,001$ olarak gerçekleşmiştir.

Bilgi ve kültür boyutunu oluşturan maddeler turist rehberlerinin bilgi, kültür ve donanımlarının ölçülmesini sağlayan ifadelerden oluşmaktadır. Bilgi ve kültür boyutunu oluşturan 5 madde genel olarak verdiği anlam yönüyle, profesyonel turist rehberinin sahip olması gereken tarihi ve yöresel bilgiler, sanat bilgisi ve yorumlama becerilerini değerlendirmektedir. Boyutu oluşturan maddelerin genel anlamı profesyonel turist rehberinin bilgi ve donanımını değerlendirdiği için bu faktöre “bilgi ve kültür” boyutu adı verilmiştir. Bu faktörün genel yapıyı açıklama oranı %8,16 $\alpha=0,93$ ve $p=0,001$ olarak gerçekleşmiştir.

Liderlik boyutunu oluşturan maddeler genel anlamda rehberlerde olması gereken liderlik özelliklerini barındırmakta ve turist rehberlerinde bu özelliklerin önemini ölçülmesini sağlayan ifadelerden oluşmaktadır. Liderlik boyutunu oluşturan maddeler profesyonel turist rehberinin genel olarak sahip olması gereken liderlik ve yönetim becerilerini ortaya koymaktadır. Boyutun maddelerinden ortaya çıkan profesyonel turist rehberlerinin sahip olması gereken vasıfları değerlendirdiğinden dolayı bu faktör “liderlik” boyutu olarak belirlenmiştir. Bu faktörün genel yapıyı açıklama oranı %5,22 $\alpha=0,93$ ve $p=0,001$ olarak gerçekleşmiştir.

Tavır boyutunu oluşturan maddeler turist rehberlerinin turist grubuna karşı göstermesi gereken tutum ve davranışların tavır şeklini ölçmeyi amaçlayan ifadelerle yer verilmiştir. Tavır boyutunu oluşturan maddeler genel olarak profesyonel turist rehberinin tur süresince misafirlerine karşı gösterdiği davranışları

değerlendirmektedir. Boyutu oluşturan madde içeriklerinin genel anlamı olarak profesyonel turist rehberlerinin misafirlerine karşı göstermesi gereken davranış ve tutum özelliklerini değerlendirdiğinden dolayı bu faktör “tavır” olarak isimlendirilmiştir. Bu faktörün genel yapıyı açıklama oranı %4,51 $\alpha=0,85$ ve $p=0,001$ olarak gerçekleşmiştir.

Tur kalitesi boyutunu oluşturan maddeler turistlerde kalite kavramının oluşup oluşmadığına yönelik algılarını ölçmeyi amaçlayan ifadeler yer

verilmiştir. Kalite boyutunu oluşturan maddeler içerikleri açısından genel anlamlarını yorumlama üzerine incelendiğinde profesyonel turist rehberlerinin sahip olduğu özelliklerin ve gösterdikleri davranışların tur misafirlerini nasıl etkilediği ve tur deneyiminin nasıl olduğunu değerlendirmeye yöneliktir. Boyut içinde yer alan maddelerin ortaya koyduğu bu genel anlam üzerine faktörün ismi “tur kalitesi” olarak belirlenmiştir. Bu faktörün genel yapıyı açıklama oranı %4,24 $\alpha=0,95$ ve $p=0,001$ olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 4. Araştırma Faktörlerine İlişkin Korelasyon Analizi Bulguları (N=443)

	Ort	S.S.	1	2	3	4	5	6	7	8
1 – Ön Bilgilendirme	4,37	2,96	1							
2 - İletişim	4,37	4,76	,709**	1						
3 - Anlatım	3,61	3,04	,724**	,823**	1					
4 – Sorumluluk	4,38	4,24	,734**	,887**	,794**	1				
5 – Bilgi ve Kültür	4,30	3,95	,675**	,772**	,850**	,758**	1			
6 – Liderlik	4,34	5,89	,743**	,895**	,879	,842**	,830**	1		
7 – Tavır	3,67	2,85	,645**	,842**	,723**	,813**	,687**	,778**	1	
8 – Tur kalitesi	4,28	4,13	,651**	,709**	,680**	,817**	,699**	,701**	,623**	1

Pearson korelasyonu (iki yönlü), ** $p<0,01$, * $p<0,05$ Bağımlı Değişken: Tur kalitesi

Faktör analizi sonucunda oluşan bağımlı ve bağımsız değişken gruplarının arasındaki ilişkinin varlığını belirlemek amacıyla korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Korelasyon analizi sonuçları tablo 4’te gösterilmiş ve gruplar arasındaki ilişkiler boyutlar bazında açıklanmıştır.

“Ön bilgilendirme” ile “tur kalitesi” faktörü arasında pozitif ve doğrusal yönde, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($r=0,651$; $p<0,01$). Profesyonel turist rehberinin tura başlarken ön bilgilendirme yapması grubun tur programının nasıl gerçekleştirileceği, gezilecek yerler, programa dâhil olan hizmetler, tur kuralları ve düzeni gibi konularda önceden yapacak olduğu bilgilendirme ile merak edilenleri, belirsizlikleri ve sorunları önceden giderebilecektir.

“İletişim” ile “tur kalitesi” faktörü arasında pozitif ve doğrusal yönde, yüksek düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($r=0,709$; $p<0,01$). Profesyonel turist rehberliği mesleğinin insan ilişkilerine dayalı, her yaşta bireylerle nasıl konuşulması gerektiğinin bilinmesi, topluluk önünde nasıl konuşulması gerektiği, heyecanın nasıl yenilebileceği, anlatım ve grup ilişkileri

sırasında göz temasının nasıl kurulması gerektiği ve vücut hareketleri ve mimiklerin nasıl olması gerektiği gibi konuları içeren sosyal beceri alanında yetenekleri kuvvetli bireyler tarafından yapılması gereken bir meslek olduğunu belirtmek yanlış olmayacaktır.

“Anlatım” ile “tur kalitesi” faktörü arasında pozitif ve doğrusal yönde, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($r=0,680$; $p<0,01$). Profesyonel turist rehberliğini icra eden kişilerin iyi birer anlatıcı, tarihi ve kültürel olaylar arasında köprü oluşturan iyi bir aktarıcı ve yorumcu olması gerekir.

“Sorumluluk” ile “tur kalitesi” faktörü arasında pozitif ve doğrusal yönde, yüksek düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($r=0,817$; $p<0,01$). Profesyonel bir turist rehberinin sorumluluklarını bilmesi ve buna göre davranması önemlidir. Acenta ile turist grubu arasında bir köprü vazifesi kuran kişiler olan rehberlerin turist grubuna adaletli ve eşit haklarda bir hizmet uygulaması aynı zamanda acentasına karşı vazifesini bilen ve sahiplenilen kişiler olarak tur programını etkilemesi kaçınılmazdır.

“Bilgi ve kültür” ile “tur kalitesi” faktörü arasında pozitif ve doğrusal yönde, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($r=0,699$; $p<0,01$). Turist rehberliği mesleğinin icra edilebilmesi için sahip olunması gereken en önemli özelliklerin başında rehberlerin mesleki bilgi ve sosyo-kültürel açıdan donanımlı olması beklenir.

“Liderlik” ile “tur kalitesi” faktörü arasında pozitif ve doğrusal yönde, yüksek düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($r=0,701$; $p<0,01$). Turist rehberliği mesleği icra eden kişilerde görülmesi gereken önemli özelliklerden birisi de turist rehberinin liderlik vasıflarının olmasıdır. Liderlik genel anlamıyla planlanmış bir amaç ya da eylem için insanları toplayabilen ya da kendiliğinden grupları bir arada tutup hedefleri doğrultusunda yönetebilmek ve yönlendirebilmektir.

“Tavır” ile “tur kalitesi” faktörü arasında pozitif ve doğrusal yönde, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($r=0,623$; $p<0,01$). Profesyonel turist rehberliği sosyal ilişkilerin önem arz ettiği bir meslek olmasından dolayı mesleği

icra eden kişilerin iletişim, düzgün diksiyon, anlatım, bilgi ve benzeri konularda yetenekli ve donanımlı olmaları gerekmektedir. Ancak bunlar tek başına yeterli değildir. Tur sürecinin başladığı ve bittiği ana kadar tur grubu ile kurulacak ilişkilerde turist rehberinin gösterecek olduğu tavır ve yaklaşım en önemli noktalardan biri olarak görülmektedir. Çünkü kaliteli bir turizm hizmeti sunulurken turist grubuna tarihi, coğrafi ve mitolojik bilgileri aktarmanın dışında bu bilgilerin onlara nasıl bir tavır ve üslup ile sunulduğunun da önemi bulunmaktadır.

Korelasyon analizinde tur kalitesi ile bağımsız değişken faktörlerinin arasında pozitif bir ilişkin olduğu bulgusu ortaya çıkmıştır. Ancak bağımsız değişkenlerin oluşturduğu faktörlerin araştırmada bağımlı değişken olarak belirlenen “tur kalitesi” faktörünün üzerindeki etkisini belirlemek için regresyon analizinin de yapılması gerekir. Bu nedenle tur kalitesi üzerinde bağımlı değişken faktörlerinin etkisini belirlemek için regresyon analizi yapılmış ve sonuçlar tablo 5’de sunulmuştur.

Tablo 5. Araştırma Faktörlerine İlişkin Regresyon Analizi Bulguları

Faktörler	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p
	B	Standart Hata	β		
Sabit	1,132	,132		8,592	,000**
Ön Bilgilendirme	,080	,035	,096	2,289	,036*
İletişim	,102	,037	,145	2,657	,036*
Anlatım	,217	,039	,166	2,969	,017*
Sorumluluk	,763	,059	,815	12,872	,000**
Bilgi ve Kültür	,191	,042	,245	4,565	,000**
Liderlik	,495	,051	,283	3,744	,000**
Tavır	,162	,062	,134	2,624	,009*

Bağımlı faktör: Tur Kalitesi

$R=0,835$; $R^2=0,698$; Düzeltilmiş $R^2=0,693$; $F=142,824$; $p=0,000$ ** $p<0,01$, * $p<0,05$

Turist rehberlerinin turistlere yapmış olduğu ön bilgilendirme tur kalitesini etkilediği regresyon analizi sonuçlarından anlaşılmaktadır ($\beta=0,096$, $t=2,289$ ve $p=0,36$). Bu kapsamda profesyonel turist rehberlerinin tur başlangıçlarında turist grubuna tur hakkında genel bilgilendirmeler yapması, tur işleyişi hakkında gerekli kuralları anlatması, gezilecek yerler hakkında bilgiler verilmesi ve turun özelliği hakkında bilgiler vermesi turistlerin beklentilerini ve düşüncelerini oluşturmada etkili olacaktır.

Turist rehberlerinin turistler ile etkili ve düzgün bir iletişim kurmasının tur kalitesini etkilediği regresyon analizi sonuçlarından anlaşılmaktadır ($\beta=0,145$, $t=2,657$, $p=0,36$). Bu kapsamda profesyonel turist rehberlerinin tur esnasında turist grubu ile olan ilişkilerinde saygılı, seviyeli, sabırlı, beden dilini etkin kullanması ve tekrar tekrar gelen sorulara karşılık sakın ve aynı şekilde cevaplar vererek kuracak olduğu etkili ve verimli bir iletişim biçimi müşteri gözünde turist rehberinin sahip olduğu özellikler ve davranışlarıyla tura

ayırmiş oldukları zamanın boşa gitmediği düşüncesini oluşturacaktır.

Turist rehberlerinin turda programda yer alan bölgeler ve müzeler hakkında iyi bir anlatım yapması tur kalitesinin oluşmasında etkili olduğu regresyon analizi sonuçlarından anlaşılmaktadır ($\beta=,166$, $t=2,969$, $p=0,17$). Bu kapsamda turist rehberinin anlatımıyla tur programını eğlenceli ve ilgi çekici hale getirmesi önemlidir. Çünkü bölge ve tarihi anlatımların yer yer uzun sürmesi normaldir bu yüzden uzun süren anlatımlarda rehberin anlatımı hikayeler, espriler ve mizahi yönlerle anlatımı çeşitlendirmesi ile turistlerin dikkatlerini toplamalarına yardımcı olması önemli bir noktadır.

Turist rehberlerinin yapmış olduğu işin ve sorumluluğunun bilincinde olması ve bunu turistlere yansıtması tur kalitesi üzerinde etkili olduğu regresyon analizi sonucundan anlaşılmaktadır ($\beta=,815$, $t=12,872$ ve $t=,000$). Turist rehberliği mesleği mesleki geliri yüksek bir meslek olarak algılanmamalı ve mesleği icra eden kişiler tarafından mesleğin sorumluluğu iyi anlaşılmalıdır. Çünkü profesyonel turist rehberinin görevi ya da işlevi sadece anlatım yapmak değildir. Rehber kendisine emanet edilen turist grubunun gerek sağlık gerek yolculuk esnasında can güvenliği gibi oluşabilecek her türlü sıkıntının önlemine almakla yükümlüdür.

Turist rehberlerinin sahip olduğu bilgi, kültür ve yöresel donanımlarının tur kalitesi üzerinde etkili olduğu regresyon analizi sonuçlarıyla ortaya konulmuştur ($\beta=,245$, $t=4,565$ ve $t=,000$). Turist rehberlerinin sahip olduğu bilgi, kültür ve donanımlarının yüksek ve yeterli olması müşteri

memnuniyeti ve tur kalitesi açısından son derece önemlidir. Tarihi yerlerin, müzelerin, yöresel kültürlerin ve coğrafi bilgilerin aktarılması esnasında turist rehberinin olaylar arası iyi bağlantılar kurabilmesi önemlidir.

Turist rehberlerinin sahip olduğu liderlik özelliklerinin tur kalitesi üzerinde etkili olduğunu regresyon analizi sonuçları göstermektedir ($\beta=,283$, $t=3,744$ ve $t=,000$). Tur ile yapılan toplu gezilerde turistlerin bir arada bir amaç ve düzen içerisinde tutulması yapılması ve uygulanması gereken en temel görev olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü profesyonel bir turist rehberinin farklı beklentiler ve düşünceler içerisinde kültür turuna katılmış turistleri bu turun düzen ve kurallar içinde gerçekleşmesi amacıyla bir arada tutması gerekir. Bu düzen ve sistemin oluşturmasında profesyonel turist rehberlerinde liderlik vasfı ve özellikleri olmazsa olmaz bir durumdur.

Turist rehberlerinin turist gruplarına karşı göstermiş olduğu tavrın tur kalitesini etkilediği yapılan regresyon analiziyle ortaya konulmuştur ($\beta=,134$, $t=2,624$ ve $p=,009$). Profesyonel turist rehberinin turistlere karşı gösterecek olduğu tavır biçimleri müşteri memnuniyeti ve tur kalitesi üzerinde oldukça önemlidir. Çünkü çalışma hayatlarında biriken stresten uzaklaşıp boş vakitlerinde kültürel bir etkinliğe katılan turist grupları rehberlerinden saygı, ilgi ve kibarlık beklemektedirler. Rehberlerin her bir tur üyesine karşı nazik, kibar ve güler yüzlü olması tur üyelerinin moral ve motivasyonlarını arttırabilmektedir.

Tablo 6. Hipotez Sonuçları

Hipotezler		t	p	Sonuç
H ₁	Rehberlerin tur öncesi yapmış olduğu ön bilgilendirme tur kalitesini etkiler	2,289	,036	Kabul
H ₂	Rehberlerin turda müşterilerle iletişimi tur kalitesini etkiler	2,657	,036	Kabul
H ₃	Rehberlerin turda yaptığı anlatım tarzı tur kalitesini etkiler	2,969	,017	Kabul
H ₄	Rehberlerin tura ilişkin sorumluluklarını yerine getirmesi tur kalitesini etkiler	12,872	,000	Kabul
H ₅	Rehberlerin mesleğiyle ilgili bilgi ve kültür düzeyi tur kalitesini etkiler	4,565	,000	Kabul
H ₆	Rehberlerin turlardaki liderlik özellikleri tur kalitesini etkiler	3,744	,000	Kabul
H ₇	Rehberlerin turlardaki hal, hareket ve tavırları tur kalitesini etkiler	2,624	,009	Kabul

Araştırmanın temel problemlerinden yola çıkılarak literatür sonucunda oluşturulan hipotezler, yapılan veri analizleri sonucunda hipotezlerin tur kalitesi kavramı ile doğru orantılı ve olumlu yönde ilişki **SONUÇ ve TARTIŞMA**

Araştırma bulguları ilginç sonuçları ortaya çıkarmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerine göre kültür turlarına katılanların daha genç yaş grubunda olması en dikkat çekici sonuçlardan birisidir. Beklenen sonuç ise eğitim düzeyi yüksek kişilerin kültür turlarına katılması yönündeydi. Araştırma bulguları bunu doğrulamıştır. Buna karşın kültür turlarına yapılan harcama ya da ayrılan bütçenin 1 haftalık tur programı için düşük düzeyde olması diğer bir ilginç sonucu ortaya koymuştur. Bu konuda katılımcıların gerçek harcama bilgilerini belirtmemiş olma ihtimalini de göz ardı etmemek gerekir. Araştırmanın temel amacı ve hipotezleri tutum ölçeğinde yer alan değişkenler üzerine kurgulanmıştır. Bu nedenle katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili analiz, bulgu ve sonuçlara yer verilmemiştir.

Profesyonel turist rehberinin görevini eksiksiz yerine getirebilmesi kadar ülke/bölge tanıtımında ve hizmet kalitesindeki rolünün etkinliği için tur grubu ile tanıştığında sağlanacak etkileşim ve ilk izlenim açısından çok önemlidir. Tur başlangıçlarında yapılacak ön bilgilendirmede tur kuralları hakkında genel bilgi, turun işleyişi, ziyaret edilecek bölgeler/yerler ve turun özelliği hakkında genel bilgilerin aktarılması rehberin işini kolaylaştırmaktadır. Öyle ki bu ön bilgilendirme ile turist grubunda yanlış ya da farklı beklenti ve isteklerin oluşması başlangıç aşamasında önlenmiş olur. Turun işleyişi, kuralları ve programını belirli bir düzende gruba aktaran rehber hem onların güvenini kazanır hem de tura daha yüksek istek ve arzulu katılımını sağlar. Turist rehberleri tur öncesi gruba yaptığı bilgilendirme ile onların akıllarındaki bazı soruları da cevaplamış olmakla (Nyahunzvi ve Njerekai, 2013; Poudel ve Nyaupane, 2013) kendileri ile empati yaptığı algısını güçlendirebilmektedir (Demir ve Demir, 2009). Tura katılacakların bir kısmı tur programı ve gezilecek yerler hakkında bilgi sahibi olsa da büyük çoğunluk tur hakkında detaylı bilgilere ancak rehberle ilk karşılaştığında ulaşır (Tsaur ve Teng, 2017). Rehberin ön bilgilendirme yapmasıyla misafirlerde tur öncesi oluşan hayali

içinde olduğu ve tur kalitesi kavramını doğrudan etkilediği yapılan korelasyon ve regresyon analizleri sonuçlarına göre kabul edilmiştir.

beklentilerin daha net ve gerçekçi olması sağlanmış olur. Bu durumda rehber misafirlerde tur öncesi oluşan farklı beklentilerin önüne geçerek ve memnuniyetin oluşmasına alt yapı hazırlamış olacaktır. Araştırma bulgularında da ön bilgilendirme ile tur kalitesi arasında pozitif ve doğrusal yönde bir ilişkinin ortaya çıkması rehberin tur başlangıcında yapacak olduğu ön bilgilendirmenin ne anlama geldiği ve bahsedilecek konuların önemini ve gerekliliğini göstermektedir. Böylelikle turist grubuna verilecek olan ön bilgilendirme ile turist grubunda doğru beklenti ve isteklerin oluşması tur sonunda turistlerde memnuniyet kavramının oluşmasını sağlayacaktır.

İyi ve etkili iletişim kurabilen bir rehber, tur esnasında karşılaşılabilecek bütün sorunların da önüne geçebilir. Rehberlerin turist grupları ile etkili bir iletişim kurması tur kalitesinin oluşmasında etkin bir rol oynamaktadır. Rehberin gerek grup üyeleri gerekse tur programında diğer hizmet sağlayıcılarla iletişiminin güçlü ve yapıcı olması sorunların henüz oluşmadan ya da büyümeden çözülmesini sağlar (Demir, 2016). Her bir turist, rehberin kendisiyle ilgilenmesini ve vakit ayırmasını bekler. Ancak rehberin tur gruplarındaki her bir kişi ile ayrı ayrı ilgilenmesi pek mümkün olmamakla birlikte genel olarak ortak konuları grup düzeyinde iletişim kurarak çözer. Tur kalitesi için misafirlerin memnuniyetinin oluşturulabilmesi için etkin bir iletişim sağlaması önemlidir. Çünkü rehber misafirler ile ne kadar ilgilenirse olumlu görüş ve memnuniyet derecesi de o yönde artacaktır. Gerek literatürde (Ap ve Wong, 2001; Weiler ve Black, 2015) gerekse bu araştırma bulgularında tur kalitesinin oluşmasında rehberlerin sahip olduğu iletişim becerilerinin etkili olduğu açıkça görülmektedir. Dolayısıyla profesyonel turist rehberlerinin iletişim becerileri tur kalitesinin artmasında etkin rol oynadığını ifade etmek mümkündür.

Profesyonel turist rehberliği mesleğinin icra edilmesinde rehberlerin sahip olduğu bilgileri aktarım şekli ayrı bir önem arz eder. Turistlerin rehber eşliğinde tura katılmak istemelerinin temel

amacı, gezilecek bölge/yerlerin tarihini, kültürünü ve hikayelerini öğrenmek ve bu bilgilerin kendilerine etkili bir şekilde anlatılmasıdır. Bu sebeple profesyonel turist rehberlerinin anlatım becerileri tura katılanların memnuniyet düzeyine doğrudan etki eder. Mancini (2001:23) turistlerin rehber eşliğinde tura katılma tercihlerindeki en önemli gerekçeyi birçok gezi ve öğren yerlerinde teknolojik cihazlar olmasına rağmen rehberlerin canlı anlatımlarının daha fazla motivasyon sağladığını öne sürmektedir. Bu nedenle turist rehberi eşliğinde tura katılanların rehberlerden etkili ve hayal dünyalarında anlatılanların canlanmasını sağlayacak şekilde bir anlatım beklemesi rehberlerin tur kalitesine olan etkisinin de bir göstergesidir.

Turist rehberlerinin tarihi bir yerin, müzelerin, eserlerin ve yöreye özgü kişilerin hakkında bilgiler aktarırken bu kavramları önce kendi içinde özümseyerek turist grubuna içten bir şekilde anlatması turistlerin anlatılan konuları daha kolay kavramasına yardımcı olacaktır. Örneğin; antik şehirlerde yapılan geziler sırasında tarihi bir eserin anlatımında profesyonel bir turist rehberinin o eser hakkında sadece fiziksel öğelerinden ve bilgilerinden bahsetmesi turistler açısından çok fazla ilgi çekici olmayacaktır. Çünkü turistlerin bir eserin sadece genel olarak bilgilerini dinlemek ve öğrenmek için değil rehberin o eser hakkında sahip olduğu ilgi çekici mitolojik hikayeleri ve yorumlarını dinlemek için geldiğini söylemek mümkündür. Rehberin eser hakkında yaptığı genel bilgilendirmeyi tarihi ve mitolojik hikayelerle harmanlayıp yorumlaması turist grubu üzerinde daha etkili ve verimli bir gezinin yaşanmasına olanak sağlayacaktır. Böylelikle turistlerin beklediği tarihi eser anlatımlarında rehberin sahip olduğu bilgi ve yorumunun dinlenmesi meraklarını gidermiş olacaktır. Düzgün bir diksiyon ile birlikte sadece sabit bilgilerden oluşmayan rehberin etkili ve esprili bir anlatım ile kaliteli bir turun yaşanmasının sağlanabilmesi mümkündür. Diğer bir ifadeyle, rehberlerin etkili anlatımları sayesinde turistlerin yapmış oldukları geziyi bir deneyime dönüştürmesi ve oluşan memnuniyet, aynı zamanda tur kalitesinin sağlanmasına da yardımcı olacaktır. Rehberin sahip olduğu anlatım yeteneklerinin tur kalitesinin oluşmasında ve

artmasında etkili bir rol oynadığını belirtmek yanlış olmayacaktır.

Rehberin anlatım esnasında kullandığı kelimeler ve turist grubuna sesleniş biçimi iyi bir hitabet yeteneğinin olduğunu gösterir ve turist grubunun dikkatini ve ilgisini çekmeye yarar (Lin, Lin ve Chen, 2017; Wong ve Wang, 2009). Anlatımında detaylara ve özel noktalara değinmesi rehberin mesleğini severek yaptığını dair fikirler oluşmasını sağlar. Bu anlatımı etkin bir dil çeşitlendirerek yapan ve aynı zamanda gruptan gelen sorulara tatmin edici cevaplar verebilen rehberin bilgi ve kültür yönünden donanımlı olduğu açıkça görülecektir. Bu durumda turistlerin rehberden beklentileri karşılanmış ve tur rehberinin sahip olduğu özellikler ve davranışları itibarıyla ödemiş oldukları paranın boşa gitmediğinin bir göstergesi şeklinde algılanması tur kalitesinin sağlanması için değerli bir göstergedir.

Rehberlerin mesleki sorumlulukları gereği görevli olduğu turların ön hazırlığını eksiksiz bir şekilde yapması tur kalitesi açısından önemlidir. Tur öncesinde iyi bir hazırlık ve plan yaparak hazırlanan rehberin kendine güven ve çalışma isteği oluşturması turun başarılı bir şekilde tamamlanmasına katkı sağlar (Snell ve Carpenter 1992). Böylelikle rehber tur esnasında grubuna nasıl davranması ve yaklaşması gerektiğini bilecektir. Dahası rehber grubuna her şart altında dürüst davranmak ve yardımcı olmak zorundadır. Turist rehberinin güvenilir ve yardımsever olduğunu turist grubuna yansıtması turun karşılıklı güven ve saygı çerçevesinde daha kolay gerçekleşmesine ve tur grubundaki herkesin turun gerçekleşmesi için belirlenen kurallara uymasında istekli olmasını sağlayacaktır. Rehberin tura katılan turist grubunun cinsiyet, yaş, ırk ve sosyal statü gibi demografik özelliklerinden kaynaklı hiçbir ayrımcılık ve özel ilgi göstermemeli ve tüm grubuna sahip olduğu özellikleri ne olursa olsun eşit ve adaletli davranmalıdır. Çünkü tüm turistler aynı amaç ve hizmet doğrultusunda bir satın alma gerçekleştirmiş ve herkes aynı standartta bir hizmet beklemektedir. Bu bağlamda rehber ayrımcılık yapmadan herkese eşit yaklaşması hem meslek etiğini korumuş hem de bağlı olduğu seyahat acentasına yakışır bir şekilde sorumluluğunu yerine getirmiş olacaktır. Rehberin sorumluluğu öncelikle kendisine ve mesleğine karşı olması

gerekir. Bununla birlikte hem bağılı olduğu seyahat acentası hem de tura katılan tüm misafirlere karşı sorumluluğunu yerine getirmesi önemlidir (Cruz, 1999; Hughes ve Ballantyne, 2001). Rehberin taşıdığı sorumluluğun tur paydaşlarında yaratacağı olumlu etkiler tur kalitesinin oluşmasında da belirleyici olabilmektedir.

Genel olarak turistler satın aldığı tur programındaki bölge/yerlerin tarihini, özelliklerini, özel bilgilerini ve mitolojik hikayelerini aktaracak birisini araması nedeniyle rehberli turları tercih etmektedir. Bu nedenle rehberin ziyaret edilen ülkenin coğrafyasını, tarihini, kültürünü, gelenek ve göreneklerini aynı zamanda ekonomik, siyasi, hukuk ve sosyo-kültürel yapısı gibi birçok konuya hakim olması gerekir (Yenen, 2002: 57). Bu şekilde rehberin yapacağı tatmin edici anlatımlar turist grubunun merak ettiği birçok konunun giderilmesine ve dolayısıyla tur kalitesinin oluşmasına etki edecektir. Rehberlerin sahip olması gereken tarihi, kültürel, siyasi, ekonomik ve coğrafi bilgiler dışında tur esnasında yaşanabilecek kaza olaylarında gerekli müdahale ve yardımda bulunabilmesi için ilk yardım bilgisine de sahip olması beklenir. Çünkü rehber tur esnasında tüm misafirlerin sorumluluğunu taşımaktadır. Mesleki anlamda yeterli bilgi ve donanıma sahip rehberler tarafından sunulan tur hizmetlerinde kalitenin sağlanması mümkün olacaktır. Genel kültürü yüksek rehberin çeşitli mizahi ve mitolojik bilgilerle yapacağı anlatım tur kalitesinin sağlanmasında doğrudan etkili olmaktadır. Bu durum rehberin sahip olduğu özellikleri ile tutum ve davranışlarının tur kalitesine yansması olarak değerlendirilir. Turist grubu üzerinde rehberin bilgisi ve kültürel düzeyi ile yarattığı etkinin tur kalitesinin de belirleyicilerinden birisi olması literatürdeki (Howard, Thwaites ve Smith, 2001; Tsaur ve Teng, 2017; Yu, Weiler ve Ham, 2004) bilgileri destekleyecek şekilde araştırma bulgularıyla da ortaya konulmuştur.

Rehberlik mesleğini icra eden bu kişilerin liderliğin gerektirdiği etkili iletişim, grubu bir arada tutma, bir amaç ya da hedef doğrultusunda yöneltebilme ve koordinasyonu sağlayabilme gibi özelliklerinin olması gerekir. Rehberler taşıdığı sorumluluk ve yerine getirdiği görevi gereği farklı amaç ve beklenti içindeki insanları bir hedefe yöneltebilmesi, onları sevk ve idare edebilmesi ve

başladığı bir turu yüksek misafir memnuniyeti ile tamamlayabilmesi için sadece mesleki bilgi ve beceriye değil aynı zamanda liderlik özelliklerine de sahip olmalıdır (Black, Weiler ve Chen, 2019; Tai, 2014; Weiler ve Ham, 2001). Bu özellikle rehberin tur kalitesinin oluşmasında sahip olduğu liderlik özelliklerinin etkisini göz ardı etmek mümkün olamaz. Rehber doğru ve hızlı kararlar vererek grubun turdan sağlayacağı memnuniyeti üst düzeye çıkarmak için onların beklentilerini de karşılamak zorundadır. Ancak her bir kişinin beklentisinin aynı olması düşünülemez. Bu beklentileri ortak bir paydada toplayarak herkeste memnuniyet yaratabilmek için rehberin güçlü bir tur grubu liderliğine sahip olması gerekir. Rehberin grubunda yarattığı memnuniyet düzeyinin yüksekliği tur kalitesinin de bir göstergesi olacaktır.

Turist rehberlerinin sadece bilgi, donanım, kültürel, coğrafi, ekonomik ve siyasi bilgileri aynı zamanda liderlik vasıfları ile birlikte gösterecek olduğu ve tavır ve davranışlar da önemlidir. Diğer yandan rehberler sakin, soğuk kanlı aynı zamanda hoşgörülü ve nezaket kurallarına uygun tavır göstermelidir. Tura katılan kişilerin tatil deneyimi ve tatmini elde etmesi kadar sağlıklı bir şekilde turun tamamlanması da önemli ölçüde rehberle bağlıdır. Grup içi çatışmalar, fikir ayrılıkları, şüpheler, art niyetli ve sapkın davranışlar engellenmeli ve tura yansımamalıdır. Turun başlangıcından bitişine kadar olan süreçte rehberin tur grubu ile ilişkisi, hal, hareket ve tavırı önemlidir. Çünkü kaliteli bir turizm hizmeti sunulurken turist grubuna tarihi, coğrafi ve mitolojik bilgileri aktarmanın dışında bu bilgilerin onlara nasıl bir tavır ve üslup ile sunulduğu da önemlidir.

Turistler rehberlerinden sadece düz bilgi aktarımı yapmalarından ziyade bu bilgilerin onlara eğlenceli, esprili bazen de ciddi bir tavır ile aktarılmasını beklerler. Yaşanmış kötü olaylardan bahsedilirken ciddi bir tavır ve davranış sergilenmesi gerektiği gibi mizahi olaylardan bahsedilirken de güler yüzlü bir tavır ve yaklaşım sergilenmesi gerekmektedir. Rehber aktarım yapacağı konunun ciddiyeti, önemi ve çeşitliliğine göre grubuna farklı ve uygun bir tavır sergilemesi gerekmektedir. Rehber için sadece anlatım esnasında ya da tur esnasında gösterecek olduğu

tavrı bilmesi yeterli değildir, anlatım yapması grubu kontrol altına alması ve grup sorumluluğunu üstlenmesi zaten asli görevlerindedir. Bunlarla birlikte bazen turizm tedarikçileri, turizm işletmeleri yahut kendi işletmesinden kaynaklanabilecek bir sıkıntı durumunda gösterecek olduğu tavrı grubun rehberine olan saygısı için önemlidir. Genel olarak rehberin tur grubuna, ziyaret yerlerindeki kişilere, çevresine, ilişkide bulunduğu kişi ve işletmelere karşı tavrı tur kalitesini de olumlu bir şekilde etkileyebilmektedir.

Turist rehberlerinin mesleklerini icra ederken aşağıda belirtilen önerileri kaliteli bir hizmet sunumu için dikkate almalarında fayda vardır.

- Profesyonel turist rehberlerinin tur öncesinde gidilecek olan ülke yahut bölgeler hakkında aynı zamanda tur programı içinde yer alan destinasyonlar hakkında sahip olduğu bilgileri gözden geçirmesi gerekmektedir. Tur başlamadan yapılacak olan bu hazırlıklar ile birlikte rehberin özgüveni ve turu gerçekleştirme isteği artacaktır.
- Profesyonel turist rehberlerinin tur başlangıcında tur özelliği, programı, turun işleyişi ve program hakkında turist grubuna ne satın aldıkları ile ilgili ön bilgilendirme yapması önemlidir. Turist rehberi bu sayede turist grubunda doğru istek ve beklentilerin oluşmasını sağlayacaktır.
- Profesyonel turist rehberleri tur grupları ile etkili bir iletişim kurmaları ve misafirlerinin düşünce ve isteklerini anlayabilmeleri için kendilerini aynı onlar gibi öğrenme dürtüleri ile tatile çıktığını düşünerek grubu ile empati yapmalıdır. Bu sayede müşteri istek ve beklentilerini anlayarak onlara bu çerçevede saygılı ve düşünceli bir biçimde yaklaşması ile kurulacak olan iletişim güçlenecektir.
- Profesyonel turist rehberlerinin tur esnasında yapacak olduğu anlatım tarzına dikkat etmelidir. Anlatımı gerçekleştirilen konuların içeriğine göre ciddi veya güler yüzlü bazen de esprili bir tavrı sergileyebilmelidir ki anlatımının sıkıcı bir hal almasının önüne geçebilsin. Etkili ve verimli bir anlatım için bilgilerini gözden geçirmeli, diksiyon, ses tonu ve mimiklerinin kullanımına dikkat etmelidir.
- Profesyonel turist rehberleri turlarında sadece anlatım yapmakla görevli olmadıklarının

aynı zamanda grubunun sağlık ve güvenliği ile ilgili de sorumluluklarının bulunduğunu bilmesi gerekmektedir. Meslek yarasını ve acentasının hizmet politikasından yola çıkarak tur boyunca ne gibi sorumluluklarının olduğunu bilmeli ve buna göre hareket etmelidir.

- Profesyonel turist rehberleri mesleki anlamda ülke, bölge ve lisans belgesinde yer alan görev alabileceği bölgeler konusunda gerekli bilgi ve donanımı edinmekle yükümlüdür. Turist rehberi kendisini ve bilgilerini geliştirmeli ve güncel tutmalıdır. Bu bağlamda kayıtlı bulunduğu rehber odasının uzmanlaştırma programları ve bilgilendirme seminerlerine gitmesinde aynı zamanda güncel kitapları takip etmesi gerekmektedir.

- Profesyonel turist rehberlerinin hal, hareket ve tavırlarına dikkat etmesi önem arz etmektedir. Bu nedenle turist grubunu anlaması için onlarla empati yapması, güler yüzlü ve anlayışlı olması kendisinin tavrı davranışlarını olumlu yönde geliştirmesine yardımcı olacaktır.

Araştırmanın ana kütesinin İstanbul çıkışlı paket tur satın alan yerli katılımcılar ile sınırlandırılmış olması ve araştırma örnekleminin 443 kişiden oluşması araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Bu doğrultuda tur kalitesini etkileyen faktörlerin daha net anlaşılabilmesi ve genelleme yapılabilmesi için gelecek araştırmalarda ana kütle ve örneklem sayılarının genişletilmesi alana yapılan katkının artmasını sağlayabilir. Gelecek araştırmalarda profesyonel turist rehberlerinin tur kalitesini etkileyecek tutum ve davranışlarının belirlenmesinde farklı bölge ve şehirlerde tura katılan yabancı turistlere uygulanması ve elde edilecek sonuçların karşılaştırılması uygulamada turist rehberliğine ve literatürde bu alanda çalışma yapacak olan araştırmacılara kaynak olarak katkı sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Ahipaşaoğlu, H.S. (2001). Turizmde Rehberlik. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aloudat, A. S. (2017). Undergraduate Students' Perceptions of a Tour-Guiding Career. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 17(4), 333-344.
- Altınel, G. (2009). Hizmet Kalitesi, Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Bankacılık Sektöründe Bir

- Uygulama, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü.
- Ap, J., & Wong, K. K. (2001). Case Study on Tour Guiding: Professionalism, Issues and Problems. *Tourism management*, 22(5), 551-563.
- Black, R., & Ham, S. (2005). Improving The Quality of Tour Guiding: Towards a Model for Tour Guide Certification. *Journal of Ecotourism*, 4(3), 178-195.
- Black, R., Weiler, B., & Chen, H. (2019). Exploring Theoretical Engagement in Empirical Tour Guiding Research and Scholarship 1980–2016: A Critical Review. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 19(1), 95-113.
- Chan, A., Hsu, C. H., & Baum, T. (2015). The Impact of Tour Service Performance on Tourist Satisfaction and Behavioral Intentions: A study of Chinese Tourists in Hong Kong. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(1-2), 18-33.
- Christie, M. F., & Mason, P. A. (2003). Transformative Tour Guiding: Training Tour Guides To Be Critically Reflective Practitioners. *Journal of Ecotourism*, 2(1), 1-16.
- Cohen, E.H., Ifergan, M. & Cohen, E. (2002). A New Paradigm in Guiding The Madrich As A Role Model. *Annals of Tourism Research*, 29 (4), 919-932.
- Cruz, Z. (1999). Principles and Ethics of Tour Guiding. Manila, Philippines: Rex Bookstore, Inc..
- Demir, M. (2017). Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Demir, Ş.Ş., Demir, M., & Nield, K. (2013). The Effects of Customer-Focused Selling on Destination Choice and Decision of Purchasing: An Empirical Study on British Tourists Traveling to Turkey. *Journal of Human Sciences*, 10(2), 443-461.
- Demir, Ş.Ş. (2012). Avrupa Müşteri Memnuniyet Endeksi Modeli: Uluslararası Otel İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 9(1), 672-695.
- Demir, Ş. Ş. (2016). Turizm İşletmelerinde Halkla İlişkiler ve İletişim. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Demir, Ş. Ş., & Demir, M. (2009). Örgütsel İletişimde Duygusal Zekânın Rolü: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma. *Selçuk İletişim Dergisi*, 6(1), 67-77.
- Doswell, R. (1979). Further Case Studies in Tourism University of Strathclyde, 5. *Tourism Services and Tourist Guides* by Thierry Quintrie Lamothe, London.
- Duygun, A. (2007). Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü Bir Pilot Araştırma. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi.
- Field, A. (2000). *Discovering Statistics Using SPSS for Windows*. London. Thousand Oaks, Sage Publications, New Delhi.
- Howard, J., Thwaites, R., & Smith, B. (2001). Investigating The Roles of The Indigenous Tour Guide. *Journal of Tourism Studies*, 12(2), 32-39.
- Hu, W., & Wall, G. (2013). Tour Guide Management in Hainan, China: Problems, Implications and Solutions. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(3), 205-219.
- Hughes, K., & Ballantyne, R. (2001). Interpretation in Ecotourism Settings: Investigating Tour Guides' Perceptions of Their role, Responsibilities and Training Needs. *Journal of Tourism Studies*, 12(2), 2.
- Karagöz, Y. ve Kösterelioglu, İ. (2008). İletişim Becerileri Değerlendirme Ölçeğinin Faktör Analizi Metodu ile Geliştirilmesi Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 21, 81-98.
- Koroğlu, Ö. (2013). Turist Rehberlerinin İş Yaşamındaki Rollerini Üzerine Kavramsal bir Değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 91-112.
- Lin, Y. C., Lin, M. L., & Chen, Y. C. (2017). How Tour Guides' Professional Competencies Influence on Service Quality of Tour Guiding and Tourist Satisfaction: An Exploratory Research. *International Journal of Human Resource Studies*, 7(1), 1-19.
- Lopez, E. M. (1980). The Effect of Leadership Style on Satisfaction Levels of Tour Quality. *Journal of Travel Research*, 18(4), 20-23.
- Lugosi, P., & Bray, J. (2008). Tour Guiding, Organisational Culture and Learning: Lessons from An Entrepreneurial Company. *International Journal of Tourism Research*, 10(5), 467-479.

- Mak, A. H., Wong, K. K., & Chang, R. C. (2011). Critical Issues Affecting The Service Quality and Professionalism of The Tour Guides in Hong Kong and Macau. *Tourism Management*, 32(6), 1442-1452.
- Mancini, M. (2001). *Conducting Tours: A Practical Guide 3*. Baskı, Delmar: Amerika.
- Nyahunzvi, D. K., & Njerekai, C. (2013). Tour Guiding in Zimbabwe: Key Issues and Challenges. *Tourism Management Perspectives*, 6, 3-7.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L. (1990). Delivering Quality Service- Balancing Customer Perceptions and Expectations, The Free Press, New York, s.20-28.
- Pond, K. (1993). *The Professional Guide: Dynamics of Tour Guiding*. New York: Van Nostrand Reinhol, s.191.
- Poudel, S., & Nyaupane, G. P. (2013). The Role of Interpretative Tour Guiding in Sustainable Destination Management: A Comparison Between Guided and Nonguided Tourists. *Journal of Travel Research*, 52(5), 659-672.
- Snell, S. ve Carpenter, J. (1992). *Commucitaions in Travel and Tourism Practical Guide- Lines and Assignments for Students of Travel and Tourism*. Hodder&Stoughton, London Sydney Auckland, Toronto.
- Tai, F. M. (2014). Explore Characteristics of Leadership and Apply to Tour Leader. *Journal of Global Business Management*, 10(2), 76-93.
- Tsaur, S. H., & Teng, H. Y. (2017). Exploring Tour Guiding styles: The Perspective of Tour Leader Roles. *Tourism Management*, 59, 438-448.
- Weiler, B., & Black, R. (2015). *Tour Guiding Research: Insights, Issues and Implications (Vol. 62)*. Channel View Publications.
- Weiler, B., & Ham, S. (2001). Perspectives and Thoughts on Tour Guiding. *Tourism and Hospitality in The 21st Century*, 255-264.
- Weiler, B., & Kim, A. K. (2011). Tour Guides as Agents of Sustainability: Rhetoric, Reality and Implications for Research. *Tourism Recreation Research*, 36(2), 113-125.
- Wolfgang, G. (1982). *Handbuch für Studienreiseleiter Padagogischer, Psychologischer und Organisatorischer Leitfaden für Excursionen und Studienreisen Herausgegeben*. STFT Studienkreis für Tourismus e.v Starnberg, Almanya.
- Wong, J. Y., & Wang, C. H. (2009). Emotional Labor of The Tour Leaders: An Exploratory Study. *Tourism Management*, 30(2), 249-259.
- Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Etik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (1), 33-44.
- Yenen, Ş. (2002). Turist Rehberliği Eğitiminde, Niteliksel ve Niceliksel Planlamada Turizm Bakanlığı, Yüksek Öğretim Kurumu ve Meslek Kuruluşları Arasında İş Birliğinin Önemi. *Turizm Eğitimi Konferansı Workshop*, Ankara, 257-273.
- Yu, X., Weiler, B., & Ham, S. (2004). Cultural Mediation in Guided Tour Experiences: A Case Study of Australian Guides of Chinese Tour Groups. *New Frontiers in Tourism Research*. DOI:10.4225/03/5938FBCB2BDA0

Etik Onay

Bu araştırma, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Etik Kurulunun 30.06.2020 tarih ve 25-2 sayılı kararı ile etik açıdan uygun bulunmuştur.

Araştırmacıların Katkı Oranı

Yazarlar çalışmaya eşit katkıda bulunmuştur.

Çıkar Çatışması

Bu çalışmada potansiyel bir çıkar çatışması yoktur.



TURİZM EĞİTİMİNDE AKTİF ÖĞRENME VE WEB TABANLI UZAKTAN EĞİTİM: MÜFREDATLAR ÜZERİNE BİR İNCELEME

Araştırma Makalesi

İbrahim Halil KAZOĞLU¹, Bayram ŞAHİN²

ÖZET

Aktif öğrenme, öğrenciyi merkeze alan bir eğitim yöntemidir. 1900'lü yıllarda geliştirilen bu yöntem, geleneksel eğitim yönteminin eksik ve aksayan yönlerinin giderilmesi ve daha verimli bir eğitimin gerekliliğinden hareketle ortaya çıkmıştır. Sınıf veya laboratuvar ortamında verilen teorik bilgilerin gerçek yaşamda pratiğe dökülmesinde çeşitli sorunlar ortaya çıkmaktadır. Özellikle küresel ölçekte etkisini sürdüren COVID-19 pandemisi nedeniyle eğitim-öğretimin uzaktan öğretim yoluyla devam etmek durumunda kalmasıyla birlikte teorik olarak verilen eğitimlerin etkinlik ve verimliliği tartışma konusudur. Dolayısıyla bu teorik bilgilerin pratiğe yönelik çeşitli uygulamalarla desteklenmesi gerekmektedir. Özellikle hizmet sektörü için işgören yetiştiren eğitim-öğretim kurumlarında bu ihtiyaç hat safhadadır. Hizmet sektörünün bir kolu olan turizm endüstrisinde emek-yoğun bir üretim söz konusudur. Kendine has özelliklere sahip olan turizm endüstrisinde analitik düşünebilen, çözüm odaklı ve sorumluluk alabilen kalifiye elemanların istihdam edilmesi müşteri memnuniyetinin sağlanmasında büyük öneme sahiptir. Turizm alanında eğitim veren kurumların, bu ihtiyacı karşılamak için çeşitli aktif öğrenme yöntemlerini benimsemesi ve öğrencileri bu yöntemlerle sektöre hazırlaması gerekmektedir. Bunun yanı sıra günümüzde ortaya çıkan küresel pandemi koşulları örgün öğretimde birtakım tedbirlerin alınması ve uzaktan öğretimin çerçevesinin yeniden çizilmesi zorunluluğunu doğurmuştur. Teorik eğitimlerin yanı sıra farklı eğitim öğretim tekniklerinin diğer tüm alanlarda olduğu gibi turizm alanında da tartışmaya açılması zorunlu bir hal almıştır. Çalışmanın amacı, lisans düzeyinde turizm eğitimi veren fakülte ve yüksekokullardaki Turist Rehberliği ve Turizm İşletmeciliği bölümlerinde verilen derslerin belirlenerek bu derslerde hangi aktif öğrenme yöntemlerinin uygulanabileceğini ortaya koymaktır. Elde edilen bulgular neticesinde turizm endüstrisine işgören yetiştirmeyi görev edinmiş kurumlarda çeşitli aktif öğrenme yöntemleri sayesinde teorik bilgilerin pratiğe adapte edilebileceği ve böylelikle sektör-okul iş birliklerinde ortaya çıkabilecek sorunlara nispeten çözümler bulunabileceği değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Eğitimi, Aktif Öğrenme, Web Tabanlı Uzaktan Eğitim, Müfredat

JEL Sınıflama Kodları: L83, I21

ACTIVE LEARNING AND WEB-BASED DISTANCE EDUCATION IN TOURISM EDUCATION: AN INVESTIGATION ON CURRICULUM

Research Article

ABSTRACT

Active learning is an education method which puts the student at the center. This method, which was developed in the 1900s, emerged from the need for a more efficient education and the elimination of the missing and deficient

¹ Öğr. Gör., Pamukkale Üniversitesi, Denizli Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Turist Rehberliği Pr., ibrahimhalilkazoglu@gmail.com, orcid.org/0000-0002-4868-1832

² Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, bsahin@balikesir.edu.tr, orcid.org/0000-0002-1911-9066

“Kazoğlu, İ. H. ve Şahin, B. (2021). Turizm Eğitiminde Aktif Öğrenme ve Web Tabanlı Uzaktan Eğitim: Müfredatlar Üzerine Bir İnceleme, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, Vol 5: No: 1, p. 53-68, doi: 10.30625/ijctr.785306”

Makale Gönderim Tarihi: 25.08.2020

Kabul Tarihi: 05.04.2021

aspects of the traditional education method. Various problems take place in putting the theoretical knowledge which is given in classroom or laboratory environment into practice in real life. The effectiveness and efficiency of the theoretical training is a matter of debate, especially as education has to continue through distance education due to the COVID-19 pandemic, which continues its impact on a global scale. Therefore, this theoretical knowledge should be supported by various practical applications. This need is at the highest level especially in educational institutions that server- employees for the service sector. There is a labor-intensive production in the tourism industry, which is a branch of the service sector. Employing qualified staff who can think analytically, focus on solution and take responsibility in the tourism industry, which has its own characteristics, is of great importance in ensuring customer satisfaction. Institutions providing education in the field of tourism should adopt various active learning methods to support this need and prepare students for the sector with these methods. In addition, the global pandemic conditions emerging today have led to the necessity of taking certain measures in formal education and redrawing the framework of distance education. As well as theoretical trainings, it has become compulsory to discuss different education and training techniques in the field of tourism as in all other fields. The aim of the study is to reveal which active learning methods can be applied in these courses by determining the courses which are given in the departments of Tourist Guidance and Tourism Management at the undergraduate level tourism education faculties and colleges. As a result of the findings, it has been evaluated that the theoretical knowledge can be adapted to practice thanks to various active learning methods in institutions that have undertaken to worker- employees in the tourism industry, and thus, solutions can be found relative to the problems that may arise in sector-school collaborations.

Keywords: Tourism Education, Active Learning, Web-Based Distance Education, Curriculum

JEL Classification Code: L83, I21

GİRİŞ

İçinde bulunduğumuz çağda herkesin ortak paydası olan bilgi, hızlı üretilmekte ve yayılmakta (Morellato: 2014), tartışılmakta ve geliştirilmektedir. Bu nedenle “geçerliliği tartışılmaz/değiştirilemez tek doğru bilgi” yoktur ve en geçerli bilgi bile bu değişim ve gelişim sürecinde bir anda geçerliliğini yitirebilmektedir. Dolayısıyla eğitimin hedefi; problem çözme yeteneği gelişmiş, bilgiye nasıl ulaşacağını ve onu nasıl kullanacağını bilen, analitik düşünen, ekip çalışmasına uyum sağlayan ve öğrenme süreci boyunca aktif kalabilen bireyler yetiştirmektir (Gürşimşek, 1998). Bu hedefin gerçekleşmesi için birbirlerinden bağımsız ezberlenmiş bilgi parçacıkları ile donatılmış bireyler değil, bunlar arasındaki bağı görebilen, sahip olduğu bilgiyi analiz edip yeni bilgiler sentezleyebilen ve karşılaştıkları sorunlara karşı bu bilgileri aktif bir şekilde kullanan bireylerin yetiştirilmeye çalışılması gerekmektedir (Çelik, vd., 2005). Eğitimin ortak amacı bu bireyleri çalışma alanına dahil etmek olsa da, bu niteliksel gelişimin sağlanıp sağlanamadığı sorunsalı yıllardır tartışılmaktadır.

Günümüzde bilgiye sahip olan değil, düşünme yeteneğine sahip, daha önce karşılaşılmamış olan bir sorunla yüz yüze kaldığında çözüm üretebilecek kişilere ihtiyaç duyulmaktadır (Aşiroğlu, 2014). Teorik eğitimlerin, çoğu kez

bilgi donatmakla birlikte kişilerin sektöre uygun niteliklerle donatılması konusunda eleştirilere maruz kaldığı bilinmektedir. Bu yüzden, aktif öğrenme hem teoride hem de uygulamada üzerinde önemle durulan bir kavram haline gelmiştir. Bu kavramın üzerinde durulmasının en büyük sebeplerinden biri, öğrencilerin pasif dinleyici ve sürekli not tutan kişiliklerinden sıyrılıp, aktif ve sorumluluk sahibi rollere bürünmeleridir (Aydede ve Kesercioğlu, 2012). Aktif öğrenme; “Anlatırsanız unutturum, gösterirseniz hatırlarım, yaptırırsanız anlarım.” şeklindeki eski bir Çin atasözü ile en yalın halde tanımlanabilir (Wolfe, 2006). TÜBİTAK (2002) tarafından yürütülen bir araştırmaya göre insanların okuduklarının sadece %10 unu, duyduklarının %26’sını, gördüklerinin %30’unu, görüp duyduklarının %50’sini, söylediklerinin %70’ini, yaptıkları şey hakkında söylediklerinin %90’ını akıllarında tuttukları tespit edilmiştir. Buradan hareketle, öğrencilere ders içeriğini sadece geleneksel öğretmen merkezli sınıflarda aktarmaya çalışmanın yetersiz kalabileceği ifade edilebilir.

Ayrıca dünyada yaşanan gelişmeler eğitime ilişkin birtakım düzenlemeleri de zorunlu kılmaktadır. 21. yüzyılın ilk çeyreğinde Çin’in Wuhan kentinde ortaya çıkan ve COVID-19 olarak adlandırılan Koronavirüs Enfeksiyonu kısa bir zaman zarfında bütün dünyayı tehdit eden bir pandemi halini

almıştır. Özellikle Avrupa 2020 Mart ayı ortalarında eğitim öğretime ara verirken, Türkiye’de ise ilk vaka 11 Mart 2020 tarihinde görülmüş, bunun üzerine Yükseköğretim Kurumu (YÖK) tarafından 16 Mart 2020 tarihinden itibaren bütün eğitim kurumlarında verilen eğitimlere 3 hafta süreyle ara verilmiştir (YÖK, 2020a). Bu bilgilendirmenin ardından 18 Mart 2020 tarihinde YÖK, pandeminin tahmin edilen süreyi aşacağını öngörerek yükseköğretim kurumlarında verilen teorik derslerin uzaktan öğretimle yapılması için üniversitelere yetki vermiştir (YÖK, 2020b). 26 Mart 2020 tarihinde ise YÖK, 2019-2020 Bahar Yarıyılı eğitim-öğretim sürecinin sadece uzaktan öğretimle yapılmasını kararlaştırmıştır (YÖK, 2020c). Böylece, uzaktan öğretim amaçlı teknik altyapıya sahip olan üniversiteler bütün teorik derslerini bu altyapılar üzerinden vermeye başlamış, herhangi bir altyapıya sahip olmayan üniversiteler çeşitli eş zamanlı etkileşim uygulamalarından (Microsoft Teams, Zoom, Adobe Connect, Skype, Hangouts, Google Meet vb.) lisanslar satın almıştır (YÖKAK, 2020). İçinde bulunduğumuz pandemi döneminde uzaktan öğretimle verilen derslerde aktif öğrenme yöntemlerinin ne derece uygulanabileceği cevaplanması gereken bir sorudur.

Günümüzde uzaktan öğretim iki farklı model üzerinde devam etmektedir. Senkron model, canlı ve gerçek zamanlı gerçekleşen, kaynak (öğretim elemanı) ve alıcının (öğrenci) birebir etkileşime geçebileceği, herhangi bir sorunun baş göstermesi durumunda veya alıcının aklına takılan bir durumda aynı zamanlı geribildirim alabildiği, mekâna bağlı sınırların ortadan kaldırıldığı uzaktan öğretim modelidir. Asenkron model ise canlı veya gerçek zamanlı gerçekleşmeyen, mekan ve zaman sınırlamasının tamamen ortadan kaldırıldığı, anında geribildirim alınması söz konusu olmayan eğitim modelidir (Demir, 2014).

Bu çerçevede eğitimin önümüzdeki yıllarda farklı bir anlayışla, farklı eğitim forma bürüneceği kesindir. Eğitim planlamaları yaparken farklı öğrenme yöntemlerinin kullanılması, eğitimin niteliğini arttıracaktır. Bu araştırmanın önemi; halihazırda farklı alanlarda kullanılmakta olan mevcut öğretim yöntemlerinin, turizm eğitimi içerisinde farklı alanlara yönelik öğretim yöntemleri içerisinde nasıl

değerlendirilebileceğinin ortaya konulması şeklinde ifade edilebilir.

AKTİF ÖĞRENME

Eğitim, öğretim ve öğrenmeyi içinde barındıran bir kavramdır. Öğretim; bireye bilgi, beceri alışkanlık ve tutumlar aşıl原因, öğretmen denilen rehber eşliğinde plan ve program dahilinde sürdürülen etkinliklerdir. Öğrenim ise, öğretici yardımı ile gerçekleşen ve kişinin bilgi, beceri, alışkanlık ve tutum kazanma sürecidir (Ünal, 1999).

Geleneksel öğrenme denildiğinde zihinde canlanan ilk görüntü, sıralarda oturan öğrenciler ve onların karşısına geçip ders anlatan öğretmendir. Bu sistem, kuralların tamamen öğretmen tarafından belirlendiği, öğrencilerin pasif dinleyicilerden öteye geçmesine engel olan ve öğretmenin öğrenciyi “*Ben yapayım sen seyret!*”, “*Ben konuşayım sen sus!*” gibi sözlerle sürekli alıcı konumunda tuttuğu bir sistemdir (Duruhan, 2004; Taşpınar, 1998). Geleneksel yöntemlerin uygulandığı, öğretmen merkezli sınıflarda çağdaş bir öğrenim sisteminin geliştirilmesi oldukça zordur (Taş, 2005). Bu yüzden öğretmen merkezli yaklaşımlara tepki olarak öğrenci merkezli yaklaşımlar üzerinde durulmaya başlanmıştır (Prince, 2004). Bunlardan biri de aktif öğrenmedir (Taş, 2005; Aydede, 2009).

1900’lü yıllarda Active Progressive Education Movement (Aktif İlerleyici Eğitim Hareketi)’nin bir parçası olarak geliştirilen (Süzen, 2007) aktif öğrenme; etkin öğrenme, doğrucu öğrenme, etkileşimli öğrenme, yaparak-yaşayarak öğrenme gibi isimlerle de bilinmektedir (Conceição ve Skibba, 2008; Lee: 2008; Aydede ve Matyar, 2009; Schott ve Sutherland, 2009; Aytan, 2011; Albrecht, 2012; Maden, 2013). Aktif öğrenmenin en yaygın tanımı, öğrencilerin bir şeyler dinlemesinden ziyade yapmasıdır (Lubbers ve Gorcyca, 1997). Burada önemli olan “öğrenmeyi öğrenme” sürecinin kolaylaştırılması (Dunaway, 2001) ve sınıfta öğrenilen şey ile gerçek dünyada kullanılması gereken bilgi arasındaki uçurumu yok etmektir (Kim vd., 2015).

Aktif öğrenim yaklaşımına göre, öğrenciler neyin, nasıl ve ne kadar öğrenileceğine ve eğitimin eksik yönlerine karar vermelidir. Sadece gerekli durumlarda öğretmene danışabilirler fakat konu hakkında düşünmesi (Schott ve Sutherland, 2009) ve sorumluluk alması gereken öğrencidir (Odabaşı ve Kolburan, 2013; Maumbe, 2014). Aktif

öğrenmede öğrencinin aktif rol oynaması önemlidir (Mayer, 2004) fakat bu da yetersiz kalmakta ve öğrencinin öğrenme sürecini planlaması ve gözden geçirmesi de gereklidir (Demirdaş, 2013).

AKTİF ÖĞRENME YÖNTEMLERİ VE UZAKTAN ÖĞRETİMDE UYGULANMASI

Literatür taraması sonucunda elde edilen belli başlı aktif öğrenme yöntemleri aşağıdaki gibi sıralanmıştır (Frederick: 1993; Aydın, 2001; Zapalska vd., 2003; Akbulut, 2004; Kara ve Özgün-Koca, 2004; Prince, 2004; Arıcı ve Kıdıman, 2008; Önal ve Güngördü, 2008; Bilgi, 2010; Leonard Jr. ve Cook, 2010; Bayazit, 2011; Keleş, 2011; Hendri vd., 2012; Alım ve Gül, 2013; Akay ve Kocabaş, 2013; Müldür ve Çevik, 2014).

Probleme Dayalı Öğrenme (PDÖ): Öğrenci merkezli olan bu yaklaşım, gerçekleşmiş veya gerçekleşmesi muhtemel bir olayın örnek / senaryo gösterilerek öğrencilerin bu olay üzerinde derinlemesine çalışmalarına ve problemi çözmeye teşvik eden bir yöntemdir. Hem yüz yüze hem de senkron uzaktan öğretimde öğretim elemanının belirlediği bir problemi öğrencilere sunarak ister ders sürecinde sahip oldukları bilgiler ışığında isterse bir sonraki derse kadar bu problem hakkında araştırma yaparak konunun ele alınması ve çözüm önerilerinin belirlenmesi mümkündür (Ünal, 1999).

Proje Temelli Öğretim (PTÖ): Öğrencinin teoride aldığı eğitim ile uygulamayı birleştirme imkanı sağlayan bu yaklaşım birbirinden kopuk şekilde aktarılan bilgiler yerine anlamlı bütünlük oluşturmalarına olanak veren bir yöntemdir. Hem yüz yüze hem de senkron uzaktan öğretimde öğretim elemanının bireysel ya da gruplar halinde öğrencilere çeşitli projeler vermesi ve ders esnasında bu projelerin incelenerek geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin yapılması mümkündür (Erdem ve Akkoyunlu, 2002).

Gösterip Yaptırma / Gösteri Yöntemi (GÖY): Konunun ezberlenmesinden ziyade anlaşılması amacıyla öğretmenin öğrenciler önünde bir şeyin ustaca nasıl yapılacağını gösterip öğrencilerden aynı işlemi/işlemleri yapmalarını istemesi yöntemidir. Hem yüz yüze hem de senkron uzaktan öğretimde özellikle uygulama yapmaya müsait olan dersler için öğretim elemanının uygulamayı gösterip öğrencilerden de aynısının yapmalarını istemesi mümkündür (Akdemir ve Memiş, 2008).

Soru-Cevap Tekniği (SC): Öğrencilere sorular yöneltilerek sahip olduğu bilgilerin ölçülmesi, öğretmenin aktardığı bilgilerin anlaşılma düzeyinin belirlenmesi için kullanılan bir yöntemdir. Hem yüz yüze hem de senkron uzaktan öğretimde öğretim elemanının ele alınan konunun pekişmesi adına öğrencilere çeşitli sorular yöneltilmesi mümkündür (Kubat, 2018).

Gezi / Gözlem Yöntemi (GG): Maddi yükü ağır olan bu yöntem, konu içerisinde yer alan bir olayı belirli bir plan dahilinde incelemek veya konunun geçtiği yeri/bölgeyi ziyaret etmek ve bu esnada teorik bilgilerin aktarılması yöntemidir. Mali yükü ağır olan bu yöntemde, yüz yüze eğitimde projeksiyon yardımıyla sanal turların tahtaya yansıtılması, uzaktan senkron eğitimle ise öğretim elemanının sana turu ana ekrana yansıtması ile sanal bir gezi yapmak mümkündür (Garipağaoğlu, 2001).

Keşfederek Öğrenme / Buluş Yolu (KEŞ): Öğrencilerin merakını cezbeden ve keşfetme arzusunu tetikleyen belli bir problemle ilgili verilerin toplanıp analiz edilerek direkt olarak sonuca değil sonuca götüren strateji ve çözüm yollarının anlaşılmasına dayalı bir yöntemidir. Hem yüz yüze hem de senkron uzaktan öğretimde belirlenen bir problem ve bu problemin çözümüne dair olası materyal ve uygulamaların belirlenerek her yöntemin irdelenmesi sonrasında en doğru çözüm stratejisinin belirlenmesine imkân veren bir yöntemdir (Akar, 2006).

Buldurma (Sokrates) Yöntemi (BUL): Sokrates'in felsefi tartışmalarda kullandığı yöntemin öğretime uyarlanmış hali olan bu yöntem; öğrencinin daha önceden sahip olduğu bilgiler ışığında hazırlanmış soruların öğrencilere yöneltilerek yeni bilgilerin öğretilmesi temeline dayanan bir yöntemdir. Hem yüz yüze hem de senkron uzaktan öğretimde öğrencilerin halihazırda sahip olduğu bilgiler aracılığıyla tümevarım yöntemi şeklinde istenilen bilgilerin öğrencilere verilmesi mümkündür (Aydın, 2001).

Benzeşim (Analoji) Yöntemi (BEN): Soyut veya somut kavramlar arasındaki benzerliklerin ifade edilmesi temeline dayanan Analoji, yeni öğretilen bir şeyi daha önce bilinen bir şeyi betimleyerek izah etme yöntemidir. Hem yüz yüze hem de senkron uzaktan öğretimde öğretilmek istenen konu ya da uygulamayla benzer özelliklere sahip

olan konu veya uygulamalardan yararlanmak mümkündür (Bilgin ve Geban, 2001).

Heykel Çalışmaları / Model Gösterme (HEY): Özellikle resim ve heykel gibi eserlerin öğretiminde kullanılan, öğrencinin kendini o esermiş gibi düşünmesi, heykel ise o heykel gibi donması ve öğretim elemanının, “Sen nesen? Neyden yapıldın?” gibi soruları ile hayal güçlerine hitap ettiği bir yöntemdir. Hem yüz yüze hem de senkron uzaktan öğretimde öğretim elemanının derse konu olan resim veya heykellerin isimlerinin öğrencilere verilmesi, her öğrencinin bu eserlere ait bilgileri araştırması ve daha sonra sınıfta çeşitli sorularla bu eserlerin isimleri tahmin etmeleri mümkündür (Gökçalp, 2016).

Haber Toplama (HBR): Basım ve yayım organlarında yer alan haberlerin toplanarak sınıf ortamında paylaşılması ve tartışılarak sonuca ulaşılması yöntemidir. Hem yüz yüze hem de senkron uzaktan öğretimde her hafta işlenecek konulara ilişkin çeşitli basım ve yayım organlarında yer alan haberleri araştırmaları ve ders esnasında bu haberleri tartışmak mümkündür (Gökçalp, 2016).

Yaratıcı Drama (DRA): Sergilenen kısa oyunlar ile anlatılmak istenenin görsel ve işitsel olarak öğrencilere aktarıldığı yöntemdir. Yüz yüze eğitimde konu ile ilgili piyeslerin belirli gruplara paylaşılması ve sınıf ortamında bu oyunların sergilenmesi mümkündür. Uzaktan öğretimde ise öğrencilerin bir araya gelerek oyun sergilemesi imkan dahilinde olmayacağından öğretim elemanının daha önce oynanmış ya da hazırlanmış bir oyunu video yardımıyla öğrencilere izletmesi mümkündür (Meşeci vd., 2012).

Beşin Fırtınası (BYN): Öğrencilerin açık fikirli olarak bir konu veya olay üzerinde düşünmelerini, olabildiği kadar çok fikir ortaya atıp problemi çözmeye çalışmalarını sağlamaya yönelik bir yöntemdir. Hem yüz yüze hem de senkron uzaktan öğretimde ele alınan konu hakkında öğrencilerin fikirlerine başvurmak mümkündür (Nakiboğlu, 2003).

TÜRKİYE’DE LİSANS DÜZEYİNDE TURİZM EĞİTİMİ

Geçmişten günümüze ilk olarak kısa süreli kurslar ve hizmet içi eğitim seminerleri ile başlayan turizm eğitimi, daha sonra ortaöğretim ve yükseköğretim düzeylerinde de verilmeye başlanmıştır (Emir vd., 2008; Kozak, 2009). Turizm eğitimi, turizmden

elde edilen gelirlerin üst seviyelere çıkmasını amaç edinen, turizm arz ve talep dengesinin kavranmasını, turistik ürün ve hizmetlerin farkına varılması, turist-çalışan ilişkilerinin geliştirilmesi ve kalifiye işgören ve yöneticilerin yetiştirilmesini amaçlayan faaliyetlerden oluşan bir süreçtir (Kültür ve Turizm Bakanlığı: 2007; Ayaz vd., 2012; Eren vd., 2013; Üzümcü, 2015).

Turizm, özellikle gelişmekte olan ülkelerde sanayinin alternatifleri ve ekonomik anlamda gelişmenin ve kalkınmanın en önemli itici güçleri arasında en büyük öneme sahiptir (Aksu ve Bucak, 2012). Bu derece önem arz eden bir sektörde istihdam edilen kişilerin kalifiye birer personel olması gerekmektedir fakat turizm eğitimi alanında yapılan çalışmalar göz önüne alındığında durumun pek iç açıcı olmadığı görülmektedir. Ünlüöner (2004), turizm eğitimi alan öğrencilerin mezuniyet sonrasında turizm sektöründe çalışma isteğinin zamanla azaldığını hatta öğrencilerin okudukları bölümden pişmanlık duyduklarını belirtmiştir. Koyuncu (2000) ve Güzel (2006) turizm eğitimi alan öğrencilerin beklentilerinin sektörle uyuşmadığını ve özellikle çalışma koşullarının öğrencilerin turizme karşı tutumlarını olumsuz etkilediğini belirtmiştir. Kızılırmak (2000) ve Aymankuy ve Aymankuy (2013) sektörün ihtiyaç duyduğu işgücünü turizm eğitimi almamış olan personel ile karşıladığını, turizm eğitimi alanların ise farklı sektörlerde istihdam edildiğini vurgulamıştır. Demirer (2000) ise yöneticilerin beklentilerini inceleyerek turizm eğitimi alan öğrencilerin işletme yöneticilerin beklentilerini karşılamadığını tespit etmiştir. Demirkol ve Pelit (2002) Avrupa Birliği’ndeki ülkelerde verilen turizm eğitimi ile ülkemizdeki turizm eğitiminin karşılaştırıldığında almamız gereken bir hayli yol olduğunu savunmuştur.

Turizmde lisans düzeyinde eğitim üzerinde yapılan araştırmalar fakülte ve yüksekokullarda verilen eğitimin amacına ulaşamadığını işaret etmektedir (Birdir, 2002; Uzun, 2009; Halis ve Aydın, 2010). Turizm alanında nitelikli işgören yetiştirmeyi hedefleyen kurumlarda verilen eğitimin gerek araştırmacılar gerekse işletme yöneticileri tarafından eleştirilmesine çözüm olarak aktif öğrenme yöntem ve teknikleri faydalı olabilecektir. Aktif öğrenme tekniklerinin uygulanmasıyla birlikte öğrenciler sektöre karşı olan önyargılarını kırabilecek ve bu da onların farklı sektörlerde

istihdam edilme oranını düşürecektir. Aynı zamanda işletme yöneticilerinin beklentilerini karşılayabilen çözüm odaklı ve öğrenmeye açık nitelikli işgören yetiştirilmesi sağlanacaktır. Çeşitli aktif öğrenme teknikleriyle turizmde karşılaşılabilecek sorunların öğrencilerin zihninde daha iyi yer edinebilmesi ve bu sorunlarla başa çıkabilme yöntemlerinin uygulamalı olarak gösterilmesi öğrencilerin beklentilerinin sektörle uyuşmasında ve turizmde çalışma isteğinin zamanla azalmasının önüne geçilmesinde faydalı olacaktır.

TURİZM EĞİTİMİNDE AKTİF ÖĞRENME

Wolfe (2006), turizm eğitiminde uygulanabilecek çeşitli aktif öğrenme yöntemleri olduğunu belirterek aktif öğrenme yöntemlerinin sınıflarda neden uygulanması gerektiği belirtmiş ve uygulamaya başlamak birtakım değerlendirmelerde bulunmuştur. Berger (2010), turizm öğrencilerinin özellikle antik efsaneler ve mitlerin öğretiminde aktif öğrenme tekniklerinin kullanılabilceğini savunarak, aktif öğrenme yöntemlerinden biri olan oyunlara bir örnek vererek oyun kuralları ve ilerleyişi hakkında bilgiler sunmuştur. Benzer şekilde Zapalska ve arkadaşları (2003) da eğitici oyunların turizm eğitimi alan öğrencilerin eleştirel düşünme ve karar verme yetilerini geliştirerek turizm sektörünün doğasını anlamalarına olanak sağladığını belirtmiştir. Kim ve arkadaşları (2015) ve Leonard Jr. ve Cook (2010), projeye dayalı öğrenme yönteminin özellikle öğrencilerin karar verme yetilerini geliştirdiğini özellikle turizm planlaması ve gelir yönetimi gibi konularda sadece teorik bilgilerin karar verme yetisinin gelişiminde etkili olmayacağını savunmuştur. Chen ve Mo (2013), tur rehberlerinin eğitiminde kullanılan turistik mekanların (sit alanlarının) üç boyutlu gösterimi yöntemi ile anlatım ve görselliğin birleşerek öğrencilerin anlamlı öğrenmelerine olanak sağladığını belirtmiştir.

Turizm eğitimindeki sorunlara ışık tutmak amacıyla yapılan araştırmalar turizm eğitiminin ile sektörün beklentileri arasındaki farklılığa işaret etmektedir (Avcıkurt, 2000; Aymanıuy ve Aymanıuy; 2013; Bayraktaroğlu, 2013). Sektörün kalifiye işgören ihtiyacının giderilmesinin hayati öneme sahip olduğu ve bunun önüne geçilebilmesi adına atılacak en büyük adımın da teorik ve pratiğin eş zamanlı olarak verilmesi olduğu görülmektedir. Bu bağlamda aktif öğrenme yöntem

ve tekniklerinin kullanılması bu ihtiyacı karşılayabilecektir. Yapılan araştırmalar neticesinde turizmde aktif öğrenme yöntemlerinin birçoğu kullanılmadığını göstermektedir. Sektörün ihtiyacı olan nitelikli işgörenlerin yetiştirilmesinde eğitim kurumlarının birtakım sorunlarının olduğu, turizmden mezun olan öğrencilerin farklı sektörlerde istihdam edildiği ve öğrencilerin aldıkları eğitim ve sektörde beklentileri arasında büyük farkların olduğu gibi eleştirilerin önüne geçilmesi ve mesleki eğitimin niteliğinin artırılması adına aktif öğrenme yöntem ve tekniklerine başvurulması gerekmektedir.

YÖNTEM

Turizm eğitime yönelik özellikle uygulama tarafından gelen eleştirilerin önüne geçilebilmesi için alternatif öğretim yöntemlerinin mevcut müfredata uyumlaştırılarak, öğretimde özellikle aktif yöntemlerin tercih edilmesi, eğitimin niteliğini arttırabilecektir. Müfredatta bulunan derslere yönelik bu alternatif öğretim yöntemlerine ilişkin yapılacak değerlendirmeler, öğretim elemanlarının kendi derslerinde aktif öğrenme yöntemlerinden hangi alternatif öğretim yöntemlerini tercih edebileceklerine karar vermede kullanılabilecektir.

Çalışmanın amacı, lisans düzeyinde turizm rehberliği ve turizm işletmeciliği eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının müfredatlarında yer alan derslerde aktif öğrenme yöntemlerinden hangisinden/hangilerinden yararlanılabileceğini saptamaktır. Bu amaç doğrultusunda ÖSYM'nin 2019 yükseköğretim programları ve kontenjanları kılavuzunda yer alan bu bölümlerin ders müfredatları üniversitelerin ilgili sayfalarından edinilerek ders isimleri belirlenmiştir (OSYM, 2019). İncelenen müfredatlar doğrultusunda dersler listelenerek aktif öğrenme yöntemlerinden hangilerinin bu derslerde uygulanabileceği incelenmiştir. Bu inceleme 3 aşamada gerçekleşmiştir. Birinci aşamada hangi üniversitelerde hangi bölümler olduğu belirlenmiştir. İkinci aşamada lisans düzeyinde ilgili bölümlerde eğitim veren üniversitelerin ilgili sayfalarına erişilerek bölümlerde yer alan dersler belirlenerek tablolar oluşturulmuştur. Tablolar oluşturulurken üniversitelerin web sayfalarından elde edilen ders isimleri arasında bazı ders isimlerinde benzerlikler saptanmıştır. Bu benzerliklerin üzerine gidilerek ders içerikleri

incelenmiş ve benzer ders isimleri içeriklerinin aynı olması sebebiyle tek başlık altında listelenmiştir. Üçüncü aşamada listelenen derslerin içerikleri incelenerek aktif öğrenme yöntemlerinden hangilerinin uygulanabileceği içerik analizi yöntemi ile saptanmaya çalışılmıştır. İçerik analizinde Yıldırım ve Şimşek (2004)'in belirtmiş olduğu daha önceden belirlenmiş kavramlara (aktif öğrenme teknikleri) göre kodlama tekniği uygulanmıştır. Önceden belirlenmiş kavramlara göre kodlama yapılırken listelenen derslerin yüz yüze eğitim ve senkron (eş zamanlı) uzaktan öğretim olarak verilmesi durumu dikkate alınırken asenkron (eş zamansız) verilmesi durumu dikkate alınmamıştır. Kodlama sonrasında elde edilen veriler sayma yöntemi ile analiz edilmiştir. Sayma yöntemi her tablo için yatay ve dikey olarak tekrarlanmıştır. Yatay sayma işlemi ile hangi derste kaç farklı aktif öğrenme yöntemi uygulanabileceği hesaplanırken dikey sayma işleminde ise hangi aktif öğrenme yönteminin bölümde verilen derslerde daha fazla uygulanabileceği hesaplanmıştır.

Çalışmada turizm rehberliği ve turizm işletmeciliği bölümleri ele alınırken gastronomi ve mutfak sanatları bölümleri ve rekreasyon ve animasyon bölümlerine yer verilmemiştir. Bunun sebebi turizm rehberliği ve turizm işletmeciliği bölümlerinin yapılanmasının uzun zamandır gerçekleşmiş olmasıdır. Rekreasyon ve animasyon bölümleri henüz yapılanmasını tamamlayamadığı ve halihazırda bölümün mezunu olmadığı göz önüne alınarak araştırma dışı bırakılmıştır. Gastronomi ve mutfak sanatları bölümleri ise, farklı üniversitelerde farklı uygulamalara tabii olduğu ve kimi üniversitelerin uygulama laboratuvarlarının olmaması var ise de tamamlanmamış ya da aktif durumda olmadığı göz önüne alınarak araştırma kapsamına dahil edilmemiştir.

BULGULAR

İlgili programlarda verilen derslerin içeriklerin analizinden elde edilen bulgular tablolar üzerinde belirtilmiştir.

Tablo 1. Turizm Rehberliği Alan Dersleri ve Uygulanabilecek Aktif Öğrenme Yöntemlerine İlişkin Bulgular

TURİZM REHBERLİĞİ ALAN DERS ADLARI*	P D Ö	P T Ö	G Ö Y	S C	G G	K E Ş	B U L	B E N	H E Y	H B R	D R A	B Y N	TOPLAM
1. Genel Turizm			*				*	*		*		*	5
2. Turist Rehberliği		*	*	*	*		*	*		*		*	8
3. Seyahat İşletmeciliği ve Tur Operatörlüğü	*			*			*		*	*		*	5
4. Türkiye'nin Turistik Değerleri				*	*					*		*	4
5. Türkiye Fiziki ve Beşeri Coğrafyası				*	*					*		*	4
6. Türkiye Ekonomisi				*			*		*	*		*	4
7. Turizm Pazarlaması	*	*		*		*	*	*	*	*	*	*	9
8. AB ve Turizm				*		*	*		*	*	*	*	6
9. Uluslararası Turizm Hareketleri				*					*		*	*	3
10. Turizm Ekonomisi	*			*					*		*	*	4
11. Turizmde Tanıtım ve Satış Geliştirme	*	*		*		*	*	*	*	*	*	*	9
12. Otel İşletmeciliği	*	*		*		*	*		*		*	*	7
13. Turizm Politikası ve Planlaması	*	*		*		*	*		*	*	*	*	8
14. Güncel Turizm Sorunları	*			*		*	*		*		*	*	6
15. Müze Rehberliği		*	*	*	*				*	*	*	*	8
16. Turizm Sosyolojisi				*			*	*		*	*	*	6
17. Turizm Mevzuatı ve Turist Hakları	*			*		*			*	*	*	*	6
18. Özel İlgili Turizmi				*		*	*		*	*	*	*	5
19. Turizm Rehberliğinde Uzmanlaşma				*	*			*	*	*	*	*	6
20. Turizmde Sosyal Davranış ve Protokol Kuralları	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	10
21. Tur Planlaması ve Yönetimi	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	9
22. Rekreasyon ve Animasyon	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	8
23. Turizmde Etik	*	*		*		*	*	*	*	*	*	*	9
24. Türk ve Dünya Mutfakları				*					*		*	*	3
25. Dünya Coğrafyası ve Seyahat Destinasyonları				*	*				*		*	*	4
TOPLAM	12	9	4	25	7	9	15	12	2	25	11	25	

*ÖSYM 2019 Yerleştirme Kılavuzunda “Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği” başlığı altındaki lisans programları da burada değerlendirilmiştir.

Tablo 1’de üniversitelerin Turizm Rehberliği programlarında doğrudan turizmi konu edinen bütün alan dersleri 25 farklı isimden oluşmaktadır. Burada sıralanan tüm derslerde ortak olarak soru-cevap tekniği, haber toplama tekniği ve beyin fırtınası tekniği bütün dersler için ortak uygulanabilecek yöntemler olarak

karşımıza çıkmaktadır. Ortak tekniklerin ardından en fazla uygulanabilecek teknik, 15 farklı ders için de uygulanabilecek olan buldurma (Sokrates) yöntemidir. Ayrıca, Turizmde Sosyal Davranış ve Protokol Kuralları dersi aktif öğrenme tekniklerinin en fazla uygulanabileceği alan dersidir.

Tablo 2. Turizm Rehberliği Bölümünde Farklı Alanlardan Verilen Dersler ve Uygulanabilecek Aktif Öğrenme Yöntemlerine İlişkin Bulgular

TURİZM REHBERLİĞİ BÖLÜMÜNDE FARKLI ALANLARDAN VERİLEN DERSLER *	P D Ö	P T Ö	G Ö Y	S C	G G	K E Ş	B U L	B E N	H E Y	H B R	D R A	B Y N	TOPLAM
1. Genel Sağlık Bilgisi ve İlk Yardım	*	*	*	*		*	*	*		*		*	9
2. Mesleki Yabancı Dil	*	*		*			*	*		*	*	*	8
3. İkinci Yabancı Dil	*	*		*			*	*		*	*	*	8
4. Bilgisayar		*	*	*						*	*	*	5
5. Anadolu Medeniyetleri				*	*				*	*	*	*	6
6. Arkeoloji				*	*				*	*	*	*	6
7. Yönetim-Organizasyon	*	*		*	*	*	*	*		*	*	*	9
8. Sanat Tarihi				*	*				*	*	*	*	6
9. Türk Tarihi ve Sanatı				*	*				*	*	*	*	6
10. Antik Yerleşimler				*	*			*		*	*	*	6
11. Dinler Tarihi				*	*		*		*	*	*	*	7
12. Anadolu Mitolojisi				*	*	*	*	*	*	*	*	*	9
13. Halkla İlişkiler	*	*		*		*	*	*		*	*	*	9
14. Topluma Hizmet Uygulamaları	*	*	*	*	*			*		*	*	*	8
15. Türkiye Flora ve Faunası				*	*					*	*	*	4
16. Antikçağda Günlük Yaşam				*	*			*	*	*	*	*	7
17. İkonografi				*	*			*	*	*	*	*	7
18. Bireylerarası İletişim	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	10
19. Dünya Uygarlık Tarihi				*	*					*	*	*	4
20. Yaratıcı Drama		*	*	*	*			*		*	*	*	7
TOPLAM	7	9	5	20	11	5	8	12	8	20	17	20	

*ÖSYM 2019 Yerleştirme Kılavuzunda “Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği” başlığı altındaki lisans programları da burada değerlendirilmiştir.

Tablo 2’de üniversitelerin Turizm Rehberliği programlarında farklı alanlardan verilen ve dolaylı olarak turizm eğitimine etki eden bütün dersler 20 farklı isimden oluşmaktadır. Burada sıralanan tüm derslerde ortak olarak soru-cevap tekniği, haber toplama tekniği ve beyin fırtınası tekniği ortak

uygulanabilecek yöntemler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanında 17 farklı derste yaratıcı drama yönteminin kullanılabileceği görülmektedir. Ayrıca, Bireylerarası İletişim dersi aktif öğrenme tekniklerinin en fazla uygulanabileceği derstir.

Tablo 3. Turizm İşletmeciliği Alan Dersleri ve Uygulanabilecek Aktif Öğrenme Yöntemlerine İlişkin Bulgular

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ALAN DERSLERİ	P D Ö	P T Ö	G Ö Y	S C	G G	K E Ş	B U L	B E N	H E Y	H B R	D R A	B Y N	TOPLAM
1. Genel Turizm				*			*	*		*		*	5
2. Turizm Ekonomisi				*						*		*	3
3. Ağırlama Endüstrisine Giriş	*	*	*	*	*		*	*		*	*	*	9
4. Kat Hizmetleri İşlemleri	*	*	*	*	*					*	*	*	8
5. Önbüro İşlemleri	*	*	*	*	*					*	*	*	8
6. Turizm Pazarlaması	*	*		*	*	*	*	*		*	*	*	9
7. Konaklama İşletmeleri Yönetimi	*	*		*	*					*	*	*	7

8. Konaklama İşletmelerinde Bilgi İşlem Teknolojileri			*	*						*	*	4
9. Turizm Sosyolojisi	*			*			*	*		*	*	7
10. Yiyecek İçecek Servis Teknikleri	*	*	*	*	*					*	*	8
11. Turizmde Güncel Sorunlar	*			*		*				*	*	6
12. Turizm Coğrafyası				*						*	*	3
13. Turizmde Etik	*			*		*	*	*		*	*	8
14. Yiyecek İçecek Maliyet Kontrolü	*	*	*	*			*			*	*	8
15. Turizm İşletmelerinde Satış Yönetimi	*	*		*		*		*		*	*	8
16. Uluslararası Mutfak				*						*	*	3
17. Kongre Fuar Yönetimi	*	*		*						*	*	6
18. Turizm Mevzuatı				*						*	*	3
19. Yiyecek İçecek Hizmetleri Otomasyonu			*	*	*					*	*	5
20. Banket Satış ve Organizasyonu		*		*			*			*	*	6
21. Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü	*			*			*			*	*	6
22. Özel İlgi Turizmi				*		*	*			*	*	6
23. Rekreasyon				*	*		*	*		*	*	7
24. Uluslararası Turizm Hareketleri				*						*	*	3
25. Sürdürülebilir Turizm	*	*		*		*	*	*		*	*	9
26. Havaalanı İşletmeciliği				*						*	*	3
27. Yer Hizmetleri				*			*			*	*	5
28. Marina İşletmeciliği				*						*	*	3
29. Yiyecek Üretim Sistem ve Teknikleri			*	*	*					*	*	5
30. Turizmde Vaka Analizleri	*	*	*	*		*	*	*		*	*	10
31. E-Pazarlama			*	*			*	*		*	*	7
32. Online Seyahat Acentacılığı			*	*	*		*	*		*	*	7
33. Konaklama İşletmelerinde Dekorasyon	*	*	*	*	*		*	*		*	*	10
TOPLAM	16	13	12	33	8	6	12	17	0	33	22	33

Tablo 3'te üniversitelerin Turizm İşletmeciliği programlarında verilen alan dersleri 33 farklı isimden oluştuğu görülmektedir. Burada sıralanan tüm derslerde de Turizm Rehberliği programlarında olduğu gibi ortak olarak soru-cevap tekniği, haber toplama tekniği ve beyin fırtınası tekniği ortak uygulanabilecek yöntemler

olarak karşımıza çıkmaktadır. Daha sonra ise Yaratıcı Drama tekniği 22 ders için de uygulanabilecek ortak tekniktir. Ders bazında bakıldığında da Turizmde Vaka Analizleri ve Konaklama İşletmelerinde Dekorasyon dersleri aktif öğrenme tekniklerinin en fazla uygulanabileceği dersler olarak belirlenmiştir.

Tablo 4. Turizm İşletmeciliği Bölümünde Farklı Alanlardan Verilen Dersler ve Uygulanabilecek Aktif Öğrenme Yöntemlerine İlişkin Bulgular

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ BÖLÜMÜNDE FARKLI ALANLARDAN VERİLEN DERSLER	P D Ö	P T Ö	G Ö Y	S C	G G	K E Ş	B U L	B E N	H E Y	H B R	D R A	B Y N	TOPLAM
1. Davranış Bilimlerine Giriş	*			*				*			*	*	5
2. Mesleki Yabancı Dil	*	*		*			*	*		*	*	*	8
3. 2. Yabancı Dil	*	*		*			*	*		*	*	*	8
4. İşletme Bilimlerine Giriş				*						*		*	3
5. Muhasebe				*						*		*	3
6. Genel Pazarlama	*	*		*		*	*	*		*	*	*	9
7. Temel Hukuk	*			*						*		*	4
8. Yönetim ve Organizasyon	*	*		*		*	*	*		*	*	*	9
9. Beslenme İlkeleri ve Menü Planlama	*	*	*	*		*	*	*		*	*	*	10
10. Örgütsel Davranış	*	*		*		*		*		*	*	*	8
11. Anadolu Uygarılıkları				*	*					*	*	*	5
12. Bilgisayarlı Muhasebe		*	*	*						*		*	5
13. Toplum Hizmet Uygulamaları	*	*		*			*	*		*	*	*	8
14. Tüketici Davranışları	*			*						*	*	*	5
15. Finansal Matematik				*						*		*	3
16. Çağdaş Yönetim Teknikleri	*	*		*		*	*	*		*	*	*	8
17. Müşteri İlişkileri Yönetimi	*			*		*	*	*		*	*	*	8
18. Yönelim Yönetimi	*			*				*		*	*	*	6
19. Finansal Yönetim	*			*				*		*	*	*	6
20. Halkla İlişkiler	*	*		*		*	*	*		*	*	*	9

21. Hijyen ve Sanitasyon		*	*	*	*		*	*		*	*	*	9
22. Stratejik Yönetim	*	*		*				*		*	*	*	7
23. İnsan Kaynakları Yönetimi	*	*	*	*		*	*	*		*	*	*	9
24. İstatistik				*				*		*		*	4
25. Reklamcılık		*		*			*	*		*	*	*	7
26. Sosyal Psikoloji				*			*	*		*	*	*	6
27. Yönetim Muhasebesi				*						*		*	3
28. Girişimcilik				*			*	*		*	*	*	6
29. Kriz Yönetimi	*	*	*	*		*	*	*		*	*	*	9
30. Kariyer Yönetimi	*			*			*			*	*	*	6
31. Yatırım Proje Analizi	*	*	*	*			*			*	*	*	8
32. Ticari Matematik				*						*		*	3
33. İlk Yardım	*		*	*			*	*		*	*	*	8
34. Temizlik Teknolojisi			*	*	*					*	*	*	6
35. E-Pazarlama			*	*			*	*		*	*	*	7
36. Lojistik Yönetim	*	*		*			*			*		*	6
37. Ses Sistemleri	*	*		*		*	*			*	*	*	8
38. İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku	*			*						*		*	4
39. Etkinlik Yönetimi	*	*	*	*			*			*	*	*	7
TOPLAM	22	19	7	39	3	9	19	26	0	39	27	39	

Tablo 4 incelendiğinde üniversitelerin Turizm İşletmeciliği programlarında farklı alanlardan verilen ve dolaylı olarak turizm eğitimine etki eden bütün dersler 39 farklı isim altında toplanmaktadır. Burada sıralanan tüm derslerde de soru-cevap tekniği, haber toplama tekniği ve beyin fırtınası tekniği ortak uygulanabilecek yöntemler olarak karşımıza çıkmaktadır. Daha sonra ise Yaratıcı Drama tekniği 27 ders için de uygulanabilecek ortak tekniktir. Ders bazında bakıldığında da Beslenme İlkeleri ve Menü Planlama dersi aktif öğrenme tekniklerinin en fazla uygulanabileceği ders olarak belirlenmiştir.

TARTIŞMA

Turizm eğitimi alan öğrencilerin mezun olduktan sonra farklı sektör ve iş kollarına yönelmeleri verilen eğitimin benimsenmemesi veya öğrencilerin almış oldukları eğitim boyunca kendilerini turizm sektörüne yakın hissedememeleri anlamını taşımaktadır. Bunun en temel nedenleri arasında geleneksel eğitim sisteminin varlığı sayılabilir. İşletme yöneticilerinin ilk kez istihdam ettiği lisans mezunu çalışanların niteliklerini eksik görmeleri, eğitimi tamamlamamış olmaları yönündeki görüşler ise, eğitimin niteliklerinin sorgulanması veya eğitim yöntem ve tekniklerinin yetersizliği gibi eleştirileri beraberinde getirmektedir. Bu eleştirilerin en aza indirgenmesi ya da ortadan kaldırılması adına ortaya konabilecek en somut çözüm aktif öğrenme yöntem ve tekniklerinin benimsenmesidir. Böylelikle öğrenciler teorik ve pratiği aynı anda görebilecektir. Bu da öğrencilerin turizme yönelik önyargı ve çekincelerini ortadan kaldırarak mezuniyet sonrasında farklı sektör ve iş

kollarına yönelmelerin önüne geçecektir. Aynı zamanda verilen eğitimin çeşitli aktif öğrenme yöntemleri ile desteklenmesiyle birlikte öğrenciler, turizmde karşılaşılabilecek sorunlar ve çözümlerini daha iyi algılayabilecek ve daha analitik yaklaşımlar geliştirebilecektir.

Turizm Rehberliği programlarında verilen alan dersleri için ortak olarak uygulanabilecek soru-cevap tekniği, haber toplama tekniği ve beyin fırtınası tekniği ile rehber adayları tur esnasında gruptakilerin ilgilerini çekebilecek sorular sorma becerisini geliştirecek, turizmdeki güncel konu ve eğilimleri takip ederek gruptakilere en güncel konular hakkında bilgiler verebilecek, tur esnasında oluşan bir sorunla başa çıkma yollarını daha iyi analiz edebilecektir. Ayrıca buldurma yöntemi ile eğitim almış bir rehber, tur esnasındaki bazı konuların anlatımında, bu yöntemi gruptakilere uygulayarak verilmesi planlanan bilgiye grubun ulaşmasını sağlayarak daha eğlenceli bir iletişim kurabilecektir. Gerek alan dersleri gerekse diğer dersler içerisinde en fazla uygulanabilecek olan yaratıcı drama tekniği ile rehberler tur esnasında durağan geçen zamanları daha eğlenceli hale getirebilecek, örneğin mitolojik bir hikâyeyi daha ilgi çekici kılabilirler şekilde anlatabilecektir. Turizmde sosyal davranış ve protokol kuralları ve bireyler arası iletişim gibi derslerde en fazla aktif öğrenme yönteminin uygulanabildiği derslerde bu yöntemlerin kullanılması sayesinde, ülkemizin elçisi konumundaki rehberler grup üyeleri ile daha iyi ilişkiler kurabilecek ve ülke imajına olumlu katkılar sağlayabilecektir.

Turizm işletmeciliği programlarında bütün dersler için ortak olarak uygulanabilecek soru-cevap tekniği, haber toplama tekniği ve beyin fırtınası tekniği ile geleceğin turizm yöneticileri başarı yolunda doğru soruları sormayı, analitik cevaplar vermeyi/almayı, güncel konuların gidişatını, gelecek eğilimlerin yönünü daha iyi analiz edebilecektir. Turizm rehberliği programında olduğu gibi bu programda da yaratıcı drama yöntemi hemen her derste uygulanabilecek yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Eğitimi yaratıcı drama yöntemi ile pekiştiren öğrenciler aynı zamanda bu yöntemi daha sonra turistler üzerinde de deneyebilecek rekreasyonel faaliyetlerin şekillenmesinde kabul edilebilir fikir ve görüşlerini sunabilecek, çeşitli senaryolar ortaya koyabilecek hatta eğlence amaçlı çeşitli faaliyetlerde rol dahi alabilecektir. Ayrıca beslenme ilkeleri ve menü planlama derslerinde uygulanan maksimum düzeyde aktif öğrenme yöntemi sayesinde geleceğin F&B ve mutfak yöneticileri, menülerin planlanmasında daha sağlıklı ve konuklar tarafından beğeni alan aynı zamanda daha düşük maliyetli menülere imza atacaktadırlar.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Aktif öğrenme yöntemleri, Batı ülkelerinde uzun zamandır kullanılan ve eğitim-öğretimde önemli yere sahip olan bir uygulamadır. Birçok alanda kullanılan bu yöntem ile öğrencilerin daha nitelikli eğitim almaları amaçlanmaktadır. Ülkemizde ise geleneksel eğitim-öğretim tekniklerinin artık yetersiz kaldığı her geçen gün daha da netleşmektedir. Bunun farkında olan öğretim elemanları kendi öğretim teknik ve yöntemlerinde değişikliklere yönelmektedir.

Geleneksel eğitimin aksine öğrencinin sınıf içerisinde daha aktif rol alması öğrenim kazanımlarının daha yüksek olması anlamına gelmektedir. Geleneksel öğretim yöntemlerinde çoğunlukla pasif durumda olan öğrencinin yerine neyi, nasıl, ne kadar öğrenmesi gerektiğine öğrencinin yön verdiği aktif öğrenme yöntemleri, eğitim kurumlarının daha nitelikli sektör elemanları yetiştirmesinde önemli rol oynamaktadır.

Geçmişten günümüze hemen her platformda dile getirilen alaylı-mektepli çatışması ve bu tartışmaların özüne inildiğinde mekteplilerin aldıkları eğitimde sadece teorik bilginin yer aldığına dair söylemler, doğrudan geleneksel

eğitim yöntemlerine yapılan bir eleştiridir. Tabii ki, bu durum her sektör için geçerli değildir fakat özellikle hizmet sektörüne yönelik haklı bir eleştiri niteliğindedir. Turizm endüstrisi, hizmet sektörü içinde yer alan en önemli endüstrilerden biridir. Özellikle, turizm endüstrisinin emek-yoğun bir yapıya sahip olması göz önüne alındığında; emek gerektiren işlerin öğretiminde teorik eğitimden ziyade pratik uygulamaların öğrencinin zihninde daha iyi yer edeceği aşikârdır.

Günümüz koşulları göz önüne alındığında, ilk etapta 2019-2020 Eğitim-Öğretim Yılı Bahar Yarıyılı için alınan önlemlerin devam eden eğitim-öğretim yıllarında da devam edebileceği kanısı oluşmaktadır. YÖK tarafından örgün öğretimde uzaktan öğretimle verilebilecek asgari ders oranının %10 olarak şiddetle tavsiye edilmesi gerek devlet gerekse vakıf üniversitelerinde gerekli dijital altyapının oluşturulması, pandeminin seyrine göre gerekli görüldüğü koşullarda bütün derslerin dijital ortamda verilebilmesine zemin hazırlığı niteliğindedir. Aynı zamanda örgün öğretimde uzaktan öğretimle verilebilecek maksimum ders oranlarının %30'dan %40'a çıkarılması da bu hazırlığı pekiştirir niteliktedir (YÖK, 2020d). Dolayısıyla gelecek eğilimlere bakıldığında teorik eğitimin güçlendiği pratiğin ise zayıfladığı bir eğitim-öğretim sistemine doğru bir yönelim söz konusudur. Bu durum öğrencilerin edindikleri teorik bilgilerin pratiğe dökülmesinde yaşanan zorlukların daha da artmasına sebep olabilecektir. Teori ile birlikte uygulamaların da güçlenmesi adına uzaktan senkron öğretimde aktif öğrenme yöntemlerinin benimsenmesi/teşvik edilmesi hayati öneme sahiptir.

William Arthur Ward, öğretmenleri “*Sıradan öğretmen anlatır. İyi öğretmen açıklar. Yetenekli öğretmen yapar ve gösterir. Büyük öğretmen esin kaynağı olur.*” şeklinde sınıflamıştır. Bu sınıflamada gerek yüz yüze gerekse uzaktan öğretim baz alındığında sıradan öğretmenler ve iyi öğretmenler geleneksel eğitim sistemini temsil ederken yetenekli öğretmenler, aktif öğrenme yöntemlerini benimseyenleri temsil etmektedir. Büyük öğretmenler ise içinde bulunduğu her koşulu öğrencilerin lehine çevirebilen, onlara ilham kaynağı olabillerleri temsil etmektedir. Bu sınıflamadan hareketle gerek yüz yüze gerekse uzaktan öğretimle verilen derslerde, öğretim elemanlarının yetenekli öğretmenler olmaktan

ziyade büyük öğretmenler olmak yolunda kendilerini geliştirmeleri özellikle uzaktan öğretimde öğrencilerin yaratıcılıklarını tetikleyen, onlara çeşitli uygulamalarla teorik bilgiyi kalıcı kılan ve öğrencileri pasif dinleyici olmaktan uzaklaştıran yöntemleri kullanmaları gerekmektedir.

Bu bağlamda geliştirilen bazı öneriler aşağıda sıralanmıştır.

- Eğitim – öğretim müfredatları yeniden gözden geçirilerek başta alan dersleri olmak üzere aktif öğrenme yöntemlerinin uygulanabileceği dersler belirlenmelidir.
- Fakülte/Yüksekokul yönetimleri, öğrencilerin teorik olarak aldıkları eğitimin pratiğe dökülmesine olanak sağlayan öğretim yöntemlerini teşvik etmelidir.
- Özellikle alan derslerinde aktif öğrenme yöntemlerinin en az biri kullanılmalıdır.
- Dersin içeriğine göre, farklı aktif öğrenme yöntemlerinin bir arada kullanımı öğrencilerin verilen bilgiyi işlemede daha büyük kolaylık sağlayabilecektir.
- Farklı aktif öğrenme yöntemlerinin kullanılmasıyla birlikte öğrenciler, var olan sorunun çözümünde farklı bakış açıları geliştirebilecek ve çözüm odaklı yaklaşımı benimseyebilecektir.
- Aktif öğrenme yöntemleri, derste verilen teorik bilgilerin gerçek yaşamda ve kariyer hayatında kullanılması arasındaki bağlantının kurulması için faydalı olacaktır.
- Teorik bilgilerin aktif öğrenme teknikleri kullanılarak sınıf/laboratuvar ortamında pratiğe dökülmesi ile birlikte sektördeki mektepli-alaylı çatışmasının giderek azalacaktır. Böylelikle, turizmde uzun zamandır yer edinmiş, alt kademelerden başlayarak belirli bir noktaya gelmiş “alaylı” kişilere karşı turizm eğitimi almış ve daha sonra turizm adım atmış “mektepli” kişiler çalışma yaşamının ilk zamanlarında karşılaşılabilecekleri durum/sorun/olaylara karşı hazırlıklı olabilecek ve üst düzey yöneticilere kendilerini daha kolay ispatlayabileceklerdir.
- İçerisinde bulunduğumuz pandemi döneminde uzaktan öğretimle verilen teorik derslerin daha ilgi çekici kılınması, öğrencilerin merakını cezbedebilecek, öğrenme iştahlarını tetikleyecek yöntem ve tekniklerin kullanılması

büyük önem arz etmektedir. Bu sayede öğrenciler senkron uzaktan öğretim derslerine daha fazla ilgi gösterecektir.

- Öğrenciler bazen zaman kısıtı olduğu için bazen de istemediklerinden dolayı senkron uzaktan öğretime katılmamaktadır. Bu sebeple üniversiteler senkron olarak işlenen dersleri veri tabanlarına yüklenmekte ve öğrencinin dilediği zamanda izlemesine imkân tanımaktadır. Senkron derslerde aktif öğrenme yöntemlerinin kullanılması, dersi daha sonra izleyen öğrencilerin eş zamanlı derslere katılım isteklerini artıracaktır. Böylelikle öğrencilerin kayıtları izlemekten ziyade senkron derslere maksimum düzeyde katılımı sağlanabilecektir.
- İçinde bulunduğumuz çağda internet, kütüphanelerin yerini almış durumdadır. Hem daha hızlı hem de daha güncel bilgilerin bulunması açısından internet, öğrencilerin bilgiyi elde etme aşamasında ilk başvurdukları mecradır. Bir başka deyişle öğrenciler, interaktif ortamlardan elde edilen bilgilere daha aşina olduğu söylenebilir. Dolayısıyla öğreticilerin kendilerini bu alanda geliştirmeleri, öğrencilerin öğrenme isteğinde bulunabilecekleri hemen her bilgiyi ve uygulamayı onlara sunabilecek kapasiteye ulaşmaları gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Akar, F., (2006), *Buluş Yoluyla Öğrenmenin İlköğretim İkinci Kademe Matematik Dersinde Öğrencilerin Akademik Başarılarına Etkisi*, ((Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)), Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Akay, Y. ve Kocabaş, A., (2013), The Views of Primary School Teachers about How They Perceive Active Learning, *Ankara University, Journal of Faculty of Educational Sciences*, 46(2), 91-110.
- Akbulut, G., (2004), Coğrafya ve Aktif Öğrenim Yöntemleri, *Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 65-77.
- Akdemir, Ö. ve Memiş, A. (2008), Temel Bilgisayar Dersinde Gösterip Yaptırma ve Probleme Dayalı Öğrenme Yöntemlerinin Öğrencilerin Akademik Başarıya Etkilerinin İncelenmesi, *Çağdaş Eğitim*, 349, 16-22.

- Aksu, M. ve Bucak, T., (2012), Mesleki Turizm Eğitimi, *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(2), 7-18.
- Albrecht, J. N. (2012), Authentic Learning and Communities of Practice in Tourism Higher Education, *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 12(3), 260-276
- Alım, M. ve Gül, M., (2013), Beyin Fırtınası Tekniğinin Coğrafi Kavramların Öğretimi ve Kalıcılığı Üzerindeki Rolü (Erzurum Örneği), *Doğu Coğrafya Dergisi*, 18(30), 357-368.
- Arıcı, N. ve Kıdımın, E., (2008), Mesleki ve Teknik Orta Öğretimde Probleme Dayalı Öğrenme Yönteminin Akademik Başarıya ve Öğrenmenin Kalıcılığına Etkisi, *e-Journal of New World Sciences Academy*, 3(1), 44-53.
- Ashton-Hay, S., (2005), Drama: Engaging all Learning Styles, *In Proceedings 9th International INGED (Turkish English Education Association) Conference*, Economics and Technical University, Ankara.
- Aşıroğlu, S., (2014), *Aktif Öğrenme Temelli Fen ve Teknoloji Dersi Etkinliklerinin 5. Sınıf Öğrencilerinin Problem Çözme Becerileri ve Başarıları Üzerindeki Etkisi*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Malatya.
- Avcıkurt, C. (2000). Education and Training in Tourism in Turkey: Problems and Prospects. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(4), 282-297.
- Ayaz, N., Yeşiltaş, M. ve Türkmen, F., (2012), Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kırsal Turizme Bakış Açıları ve Algıları Üzerine Bir Araştırma, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 103-112.
- Aydede, M. N. ve Matyar, F., (2009), Fen Bilgisi Öğretiminde Aktif Öğrenme Yaklaşımının Bilişsel Düzeyde Öğrenci Başarısına Etkisi, *Türk Fen Eğitimi Dergisi*, 6(1), 115-1127.
- Aydede, M. N., (2009), *Aktif Öğrenme Uygulamalarının Öğrencilerin Kendi Kendine Öğrenme ve Eleştirel Düşünme Becerileri ile Öz Yeterlilik İnançlarına ve Erişilerine Etkisi*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Aydede, M. Nur ve Kesercioğlu, T., (2012), Aktif Öğrenme Uygulamalarının Öğrencilerin Kendi Kendine Öğrenme Becerilerine Etkisi, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 43, 37-49.
- Aydın, M. Z., (2001), Aktif Öğretim Yöntemlerinden Buldurma (Sokrates) Yöntemi, *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 5(1), 55-80.
- Aymankuy, Y. ve Aymankuy, Ş., (2013), Turizm İşletmeciliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm Sektöründeki İstihdamla İlgili Görüşleri ve Sektördeki Kariyer Beklentileri (Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği), *Akademik Bakış Dergisi*, 35, 1-21.
- Aytan, T., (2011), *Aktif Öğrenme Tekniklerinin Dinleme Becerisi Üzerindeki Etkileri*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Bayazit, İ., (2011), Öğretmen Adaylarının Matematik Öğretiminde Analoji Kullanımları Konusundaki Görüş ve Önerileri, *Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31, 139-158.
- Bayraktaroğlu, E. (2013), *Türkiye’de Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Kurumların Uygulama Olanakları*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Berger, A. A., (2010), Teaching Tourism Students with Games and Learning Activities, *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 10(1), 86-94.
- Bilgi, M. G., (2010), Ortaöğretim Kurumlarında Coğrafya Dersi Kapsamındaki Çevre Konularının Öğretiminde Aktif Öğretim Yöntemlerinin Rolü, *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 14(1), 271-290.
- Bilgin, İ. ve Geban, Ö., (2001), Benzeşim (Analoji), Yöntemi Kullanarak Lise 2. Öğrencilerinin Kimyasal Denge Konusundaki Kavram Yanılgılarının Giderilmesi, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 20, 26-32.
- Birdir, K. (2002), Turizm İşletmeciliği Alan Lisans Öğrencilerinin Turizm Endüstrisinde Çalışmayı Tercih Etmemelerinin Temel Nedenleri: Bir Nominal Grup Tekniği Araştırması. *Turizm Eğitimi Konferans-Workshop*, 11-13 Aralık, Ankara, 495-504.
- Chen, Y. ve Mo, H., (2013), Users’ Perspectives on and Learning Effectiveness of Tour-Guide

- Training Courses With 3D Tourist Sites, *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 13(4), 374-390.
- Conceição, S. C. O. ve Skibba, K. A. (2008), Experiential Learning Activities for Leisure and Enrichment Travel Education: A Situative Perspective, *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 7(4), 17-35.
- Çelik, S., Şenocak, E., Bayrakçeken, S., Taşkesenligil, Y. ve Doymuş, K., (2005), Aktif Öğrenme Stratejileri Üzerine Bir Derleme Çalışması, *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11, 156-185.
- Demir, E. (2014). Uzaktan Eğitime Genel Bir Bakış, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 39: 203-2011.
- Demirdaş, C., (2013), *İlköğretim 4. Sınıf Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersi Ünitelerinin Aktif Öğrenme Yöntemlerine Göre İşleniş*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çorum.
- Demirer, H., (2000). Kapadokya Bölgesi Turizm Belgeli Konaklama İşletmeleri Üst ve Orta Düzey Yöneticilerinin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Öğrencilerinden Beklentilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, 7. *Kapadokya Toplantıları*, Erciyes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Nevşehir, 8-23.
- Demirkol, Ş. ve Pelit, E. (2002), Türkiye'deki Turizm Eğitim Sistemi Ve Avrupa Birliği Sürecinde Olası Gelişmeler, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 125-146.
- Dunaway, D. L., (2001), *The Role of Experience and Active Learning in Web-Based Training for The Applying Knowledge*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Louisiana Devlet Üniversitesi Psikoloji Departmanı, Amerika Birleşik Devletleri
- Duruhan, K., (2004), Türkiye'de Okulda Geleneksel Anlayış ve Yöntemlerle İnsan Yetiştirmenin Olumsuz Etkileri, *XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı*, 6-9 Temmuz, İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Malatya.
- Emir, O., Arslan, S. ve Kılıçkaya, Ş., (2008), Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Programı Öğrencilerinin Staj Uygulamaları Hakkındaki Görüşlerinin Değerlendirilmesi: Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 10(2), 273-291.
- Erdem, M. ve Akkoyunlu, B. (2002). İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi Kapsamında Beşinci Sınıf Öğrencileriyle Yürütülen Ekiple Proje Tabanlı Öğrenme Üzerine Bir Çalışma, *İlköğretim-Online* 1(1), 2-11.
- Eren, D., Özgül, E. ve Kaygısız, N. Ç., (2013), Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Eğitim Memnuniyetlerinin Belirlenmesi: Nevşehir Üniversitesi Örneği, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 15-27.
- Frederick, P. J., (1993), Motivating Students by Active Learning in the History Classroom, *Perspectives*, October, 15-19.
- Garipağaoğlu, N. (2001), Gezi-Göslem Metodunun Coğrafya Eğitimi ve Öğretimindeki Yeri, *Marmara Coğrafya Dergisi*, 2(3),13-30.
- Gökalp, M. (2016), *Öğretim İlke ve Yöntemleri*, Pegem Akademi, Ankara.
- Gürşimşek, I., (1998), Öğretmen Eğitiminde Yeni Yaklaşımlar. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 14, 25-28.
- Güzel, N. G., (2006), *Yükseköğretimde Turizm Eğitimi ve Hizmet Kalitesi*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Halis, M. ve Aydın, S. (2010), Turizm Eğitiminde Uygulanan Müfredat Bağlamında Öğrenci Kazanımlarının ve Eğitim Koşullarının Değerlendirilmesi: Akademisyen Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi. 5. *Ulusal Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, 377-398.
- Hendri, R., Eick, C. ve Shannon, D., (2012), The Integration of Creative Drama in an Inquiry-Based Elementary Program: The Effect on Student Attitude and Conceptual Learning, *Journal of Science Teacher Education*, 23, 823-846.
- Kara, Y. ve Özgün-Koca, S. A., (2004), Buluş Yoluyla Öğrenme ve Anlamli Öğrenme Yaklaşımlarının Matematik Dersinde Uygulanması: "İki Terimin Toplamının Karesi" Konusu Üzerinde İki Ders Planı, *İlköğretim-Online*, 3(1), 2-10.
- Keleş, B. N., (2011), *İlköğretim 6. Sınıf Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Ünitelerinin Bazı Aktif Öğrenme Yöntemlerine Göre İşleme İmkanları*,

- (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Kızıllırmak, İ., (2000). Yüksekokulların Turizm ve Otelcilik Programlarının Turizm Sektörünün Beklentileri Doğrultusunda Değerlendirilmesi, *Milli Eğitim Dergisi*, 147, 54-60.
- Kim, Y., Lin, P. M.C. ve Qiu, H., (2015), Experiential Learning: Being a Real-Event Planner, *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 15(4), 382-401.
- Koyuncu, M., (2000), Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Öğrencilerinin Turizm İşletmeleri Yöneticilerinden Beklentileri, 7. *Kapadokya Toplantıları*, Erciyes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Nevşehir, 24-35.
- Kozak, M. A., (2009), Akademik Turizm Eğitimi Üzerine Bir Durum Analizi, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 1-20.
- Kubat, U. (2018), Soru varsa, Öğrenme de Vardır, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(68), 1585-1598.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2007), *Türkiye Turizm Stratejisi 2023*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Lee, S. A. (2008), Increasing Student Learning: A Comparison of Students' Perceptions of Learning in the Classroom Environment and their Industry-Based Experiential Learning Assignments, *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 7(4), 37-54.
- Leonard Jr., E. C. ve Cook, R. A. (2010), Teaching with Cases, *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 10(1), 95-101.
- Lubbers, C. A. ve Gorcyca, D. A., (1997), Using Active Learning in Public Relations Instructions: Demographic Predictors of Faculty Use, *Public Relations Review*, 23(1), 67-80.
- Maden, A., (2013), *Aktif Öğrenme Tekniklerinin, 6. Sınıf Öğrencilerinin Yazım ve Noktalama Kuralları Başarısı ve Derse Karşı Tutumlarına Etkisi*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Maumbe, K., (2014), Teaching and Learning in Recreation and Tourism: A Comparison of Three Instructional Methods, *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 14(4), ss.365-385.
- Mayer, R. E. (2004), Should There Be a Three-Strikes Rule Against Pure Discovery Learning? The Case for Guided Methods of Instruction, *American Psychologist*, 59(1), 14-19.
- Meşeci, B., Karamustafaoğlu, S. ve Bacanak, A., (2012), Maddenin Değişimi Konusunun Öğretiminde Yaratıcı Drama Yönteminin Etkinliği, *X. Ulusal Fen Bilimleri ve Matematik Eğitimi Kongresi*, 27-30 Haziran 2012, Niğde Üniversitesi, Niğde.
- Morellato, M., (2014), Digital Competence in Tourism Education: Cooperative-experiential Learning, *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 14(2), 184-209
- Müldür, M. ve Çevik, A., (2014), Benefiting from Active Learning Activities in Turkish Language Education, *International Journal of Language Academy*, 2(4), 504-528.
- Nakiboğlu, M., (2003), Kuramdan Uygulamaya Beyin Fırtınası Yöntemi, *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(1), 341-353.
- Odabaşı, B. ve Kolburan, G., (2013), Employment of Active Learning in Classroom Management and It's Effect on Students' Academic Success, *The International Journal of Research in Teacher Education*, 4(1), 23-29.
- OSYM, (2019), *2019 Yükseköğretim Kurumları Sınavı (YKS) Yükseköğretim Programları Ve Kontenjanları Klavuzu*, https://dokuman.osym.gov.tr/pdfdokuman/2019/YKS/kontkilavuz_18072019.pdf, Erişim Tarihi 12.01.2019.
- Önal, H. ve Güngördü, E., (2008), Coğrafya Öğretiminde Aktif Öğrenme Uygulamaları (Hava Kirliliği), *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(19), 60-74.
- Prince, Michael, (2004), Does Active Learning Work? A Review of the Research, *Journal of Engineering Education*, 93(3), 223-231.
- Schott, C. ve Sutherland, K. A. (2009), Engaging Tourism Students Through Multimedia Teaching and Active Learning, *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 8(4), 351-371.
- Süzen, S., (2007), *Aktif Öğrenme Teknikleriyle Desteklenmiş Fen ve Teknoloji Eğitiminin Öğrenme Ürünlerine Etkisi*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Taş, A. M. (2005), Öğretmen Eğitiminde Aktif Öğrenme, *Gazi Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(2), 177-184.

Taşpınar, M., (1998), Modüler Öğretim Yöntemlerinin Öğrenci Başarısına Etkisi, *Eğitim ve Bilim*, 22(108), 45-52.

TÜBİTAK, (2002), Aktif Öğrenme, *TÜBİTAK Bilim ve Teknik Dergisi*, <http://www.bilimteknik.tubitak.gov.tr/node/54151> Erişim Tarihi 10.01.2019.

Uzun, A. R. (2009), *Türkiye’de Turizmin İstihdam Üzerinde Etkileri (Turizm Eğitimi Üzerine Bir Örnek: Antalya)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Ünal, S., (1999), Aktif Öğrenme, Öğrenmeyi Öğrenmek ve Probleme Dayalı Öğrenme, *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11, 373-378.

Ünlüönen, K., (2004), Turizm İşletmeciliği Öğretmenlik Programlarının Öğrenci Beklentileri ve Algılamaları Açısından Karşılaştırılması (1998-1999 ve 2003-2004 Öğretim Yılları), *Ticaret ve Turizm Eğitim Dergisi*, 1, 108-130.

Üzümcü, T. P., (2015), Otel Yöneticilerinin Turizm Eğitimine Yönelik Algıları: Kocaeli İli Otel Yöneticileri Üzerine Bir Araştırma, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 30, 123-150.

Wolfe, K., (2006), Active Learning, *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 6(1), 77-82.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2004), *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

YÖK, (2020a), *Koronavirüs (Covid-19) Bilgilendirme Notu: 1*, https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2020/coronavirus_bilgilendirme_1.aspx Erişim Tarihi 07. 07. 2020

YÖK, (2020b), *Üniversitelerde Verilecek Olan Uzaktan Eğitime İlişkin Basın Açıklaması*, <https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2020/uni-versitelerde-uygulanacak-uzaktan-egitime-iliskin-aciklama.aspx> Erişim Tarihi 07. 07. 2020

YÖK, (2020c), *Üniversitelerdeki Uzaktan Eğitim Süreci ve YKS'nin Yeni Tarihine İlişkin Basın Açıklaması*, <https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2020/YKS%20Ertelenmesi%20Bas%C4%B1n%20A%C3%A7%C4%B1klamas%C4%B1.aspx> Erişim Tarihi 07. 07. 2020

YÖK, (2020d), *YÖK'ten Küresel Salgın ile Mücadele Sürecinde Yeni Düzenlemeler - 2*, <https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2020/kuresel-salgın-surecinde-yapisal-duzenlemeler-2.aspx> Erişim Tarihi 19. 07. 2020

YÖKAK, (2020), *Yükseköğretimde Uzaktan Eğitim ve Kalite Güvencesi Sistemi*, <https://portal.yokak.gov.tr/makale/uzaktan-egitim-ve-kalite-guvence-sistemi/> Erişim Tarihi 07. 07. 2020

Zapalska, A. M., Rudd, D. ve Flanegin, F., (2003), An Educational Game for Tourism and Hospitality Education, *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 3(3), 19-36.

Etik Onay

Bu çalışma, katılımcılardan birebir veri toplamayı gerektiren araştırma kapsamına girmediği ve veriler ikincil veri olarak elde edildiği için etik kurul onayı gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

Araştırmacıların Katkı Oranı

Yazarlar çalışmaya eşit katkıda bulunmuştur.

Çıkar Çatışması

Bu çalışmada potansiyel bir çıkar çatışması yoktur.



INFLUENCE OF DIFFERENT COOKING METHODS ON BIOACTIVE PROPERTIES OF BROCCOLI

Research Article

Çağla ÖZER¹

ABSTRACT

It is well known that heat treatments have negative effect on food components, especially vitamins and phenolic compounds. However, degradation of these compounds can be prevented with avoiding conventional techniques such as boiling. Broccoli (*Brassica oleracea Italica*) has been widely consumed horticultural plant which has high antioxidant potential because of being rich in terms of vitamin C content and phenolic compounds. In the current study, three cooking methods were used: boiling, steaming and sous vide cooking, the lowest loss of vitamin C content and TPC was determined in steamed broccoli. When compared with boiling, the sous vide technique caused less reduction in vitamin C content and TPC, however the loss was more than that of steaming ($p<0,05$). Moreover, the highest antioxidant activity was found in steamed broccoli. Steaming can be suggested as a more suitable method for cooking broccoli. On the other hand, total chlorophyll content increased with the heat treatment in comparison to fresh broccoli. The highest chlorophyll content was observed in 10 min steamed broccoli.

Keywords: Antioxidant Activity, Broccoli, Cooking Techniques, Total Phenolic Component, Vitamin C

JEL Classification Codes: L66, Z31

¹ Asst. Prof., İstinye University, Faculty of Fine Arts, Design and Architecture, Department of Gastronomy and Culinary Arts, cozer@istinye.edu.tr, orcid.org/0000-0001-8471-8607

“Özer, Ç. (2021). Influence of Different Cooking Methods on Bioactive Properties of Broccoli, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, Vol 5: No: 1, p.69-76, doi: 10.30625/ijctr.785266”

Received Date: 25.08.2020

Accepted Date: 04.04.2021

INTRODUCTION

Broccoli (*Brassica oleracea Italica*), belonging to *Brassicaceae* (or *Cruciferae*) family, is a horticultural product which has high nutritional value and bioactive compounds. Brassica vegetables such as broccoli have been related with reducing inflammation related diseases, and chronic gastritis risk (Wagner et al., 2013). Its health promoting properties such as anticancer and antioxidant activities result from high phenolic, carotenoids, vitamins (especially vitamin C) and glucosinolates content (Podsędek, 2007; Latté et al., 2011). Additionally, broccoli has been stated to induce the detoxification enzymes in mammals (Dominguez-Perles et al., 2011).

Antioxidant activity in broccoli is mainly associated with flavonoids and vitamins (Roy et al., 2009). Phenolic compounds have ideal chemical structure for free radical-scavenging activities and may have neuroprotective, cardio protective, antidiabetic, antiaging, anticancer effects (Khurana et al., 2013; Tomás-Barberán et al., 2016). Ascorbic acid, a water-soluble vitamin known as vitamin C, has also scavenging free radical activity and is a chelating and reducing agent (Bendich et al., 1986). Recommended nutrient intakes (RNIs) for vitamin C has been notified as 45 mg/day for an adult man (FAO, 2019). Broccoli is one of the richest vegetables in terms of vitamin C. Daily consumption of approximately 100 g of broccoli would meet the requirements for vitamin C, as recommended by FAO/WHO.

Broccoli can be consumed as fresh or cooked in salads or garnitures as well as a meal independently. Several methods such as boiling, steaming, microwave heating, baking, frying and sous vide can be used for cooking broccoli. Although the most common methods are generally boiling and steaming, using sous vide has become popular recently. Cooking methods affect the content and bioavailability of bioactive compounds such as phenolic compounds, chlorophyll, vitamins and carotenoids in vegetables (Puupponen-Pimia et al., 2003; Vallejo et al., 2002). According to several studies, heat treatments generally result in decreasing bioactivity of foods because of health-promoting compounds losses such as vitamin C and phenolic compounds (Lafarga et al., 2018; Lafarga et al., 2018; Martínez-Hernández et al., 2013b).

In this study, effects of three cooking methods (boiling, steaming, sous vide) on total phenolic, chlorophyll and vitamin C content and antioxidant activity of broccoli were investigated. Additionally, the relationship between antioxidant activity and phenolic content-vitamin C was evaluated.

METHODOLOGY

Method and Sample

Broccoli was purchased from a local market in Denizli-Turkey. All chemical and reagents were analytical grade and purchased from Sigma-Aldrich.

Sample Preparation

Boiling, steaming and sous-vide techniques were used for cooking samples. Temperatures and cooking time were predetermined by consumer perceptions. According to pretesting, boiling process was carried out for 5, 10 and 15 min at 100°C in a stainless steel pan with 1/10 (w/v) sample/water ratio, steaming process was performed for 5, 10 and 15 min in a steamer with the stainless steel steamer basket placed on the pot boiling water (one inch), make sure that the water did not touch the sample. Before sous vide cooking, samples were placed in vacuum bags and vacuumed. Then sous vide process carried out with sous vide device (Polyscience, Sous Vide Professional Chef Series, USA) at 90°C for 5, 10 and 15 min. After cooking, all samples were rapidly cooled and stored at +4°C for further analysis.

Vitamin C Analysis

Vitamin C analysis was performed according to Dhakal et al. (2018) with some modifications. 5 g of each samples was weighted and homogenized with distilled water with ratio 1:9 (w:v) using a laboratory type blender. Following centrifugation (at 4500 rpm for 10 min, Nüve NF800R), the supernatants were collected. Before the injection into the HPLC, the supernatants were filtrated using a 0.45µm filter.

A micro syringe was used for injection of 20 µl of last filtrate into the HPLC column. Mobil phase consisted of 0,02 N H₂SO₄ which is HPLC purity. A HPLC device (SHIMADZU), column oven at 25°C (SHIMADZU CTO-20A), column Coregel 87H3 (7.8x300 mm), pump (SHIMADZU LC-20AD), degaser (SHIMADZU DGU-20A3), photo diode array (PDA) detector (SPD-M20A) at 254 nm were

used for analysis. The mobile phase was isocratic with 1ml/min flow rate.

Total Phenolic Content Analysis

Methanolic extraction was used for total phenolic content and antioxidant activity analysis. 5 gr of each sample was mixed 45 ml of %90 methanol. Samples were homogenized using a laboratory type blender. The mixtures were centrifuged at 4500 rpm for 10 min and the supernatants were collected, then filtrated with filter paper. Filtrate was stored in a dark place until analysis.

Total phenolic content analysis was performed according to Singleton and Rossi (1965) with slight modification. 300 µl of extract and 1500 µl of Folin-ciocalteu solution (% 10 v/v) were mixed. 3 minute later 1200 µl of Na₂CO₃ was added and the mixture was incubated at room temperature in the dark for 2 hours. After incubation, the absorbance of samples was measured at 760 nm by using spectrophotometer (T80, PG Ins. UK.). Each sample were analysed in triplicate and total phenolic compound were given as ppm gallic acid equivalent (ppm GAE).

Antioxidant Analysis

$$\text{Chlorophyll } a \text{ (mg/100g)} = 0.999A_{663} - 0.0989A_{645} \quad (1)$$

$$\text{Chlorophyll } b \text{ (mg/100g)} = -0.328A_{663} + 1.77A_{645} \quad (2)$$

Statistical Analysis

Data were analysed by SPSS software (ver. 23 SPSS Inc., Chicago, IL, USA). ANOVA and Tukey's mean comparison test at a significance level of 5% were used for statistical analysis.

RESULTS AND DISCUSSION

Vitamin C content, total phenolic content and antioxidant activity results were given in Table 1. As seen from the Table 1, for all cooking methods vitamin C content, total phenolic content and antioxidant activity of broccoli were decreased with time.

Vitamin C content varied with cooking method and decreased with the increment of cooking time for all methods. The highest content of vitamin C was observed in fresh broccoli (p<0,05). Total loss percentages for vitamin C content, total phenolic content, and antioxidant activity of broccoli with cooking methods and time were shown in Table 2.

The antioxidant capacity analysis performed as described by Thaipong et al. (2006) with slight modification. 150 µL of extracts and 2850 µL of DPPH methanolic solution (whose absorbance is 1,1 at 515 nm) were mixed and the mixture were incubated at room temperature in the dark for 60 minutes. After incubation, the absorbance of samples was measured at 515 nm (Thermo Scientific, Genesys 10S UV-Vis). Each sample were analysed in triplicate and antioxidant activity were given as mmol trolox equivalent (mmol TE).

Chlorophyll Analysis

The analysis of pigments was carried out according to the method suggested by Nagata and Yamashita (1992). 1 g of each samples was weighted and separately homogenized with 10 ml of a hexane-acetone mixture (6:4) until colour disappearing in samples. After centrifugation (at 6000 rpm for 10 min at +4°C), the absorbance of each supernatant was separately measured at 645 and 663 nm. Chlorophyll contents of samples were calculated using Eq. (1) and Eq. (2) as below:

Among the cooking methods, the lowest loss of vitamin C was obtained from steamed broccoli, while the highest loss was in boiled broccoli in the current study. Vitamin C is a water soluble, light and temperature sensitive component. Therefore, vitamin C can decrease due to its character during the heat treatment (Gamboa-Santos et al., 2013). When compared with literature, many researchers have indicated that sous vide processing is the most suitable cooking method for reducing vitamin C losses, because oxidative degradation of vitamin C can be reduced by using sous vide technique (Lafarga et al., 2018; Baardseth et al., 2010; Lafarga et al., 2018; Martínez-Hernández et al., 2013b). In the current study, it was observed that steaming was more effective cooking method for reducing vitamin C losses. It can be explained that vacuuming may not be adequate for preventing oxidative degradation.

Table 1: Vitamin C Content, Total Phenolic Content, and Antioxidant Activity of Broccoli

Method	Time (min)	Vitamin C Content (mg/kg)	Total Phenolic Content (mg GAE/kg)	Antioxidant Activity (mmol TE/g)
Raw	0	637,61 ± 10,66 ^a	2282,97 ± 14,09 ^a	0,189 ± 0,0028 ^a
	5	514,46 ± 6,49 ^b	2098,96 ± 13,35 ^b	0,158 ± 0,0026 ^b
	10	406,03 ± 2,95 ^c	1974,17 ± 6,11 ^c	0,138 ± 0,0008 ^c
Sous Vide	15	289,51 ± 4,59 ^d	1845,88 ± 7,10 ^d	0,119 ± 0,0020 ^d
	5	600,73 ± 2,37 ^e	2188,3 ± 9,41 ^e	0,174 ± 0,0006 ^e
Steaming	10	566,14 ± 4,45 ^f	2085,37 ± 8,38 ^f	0,156 ± 0,0015 ^f
	15	515,99 ± 5,02 ^g	1981 ± 9,98 ^g	0,144 ± 0,0027 ^g
	5	363,12 ± 4,31 ^h	1692,47 ± 9,10 ^h	0,133 ± 0,0010 ^h
Boiling	10	208,56 ± 17,67 ⁱ	1284,82 ± 24,02 ⁱ	0,090 ± 0,0047 ⁱ
	15	150,14 ± 8,73 ^j	926,56 ± 8,74 ^j	0,069 ± 0,0023 ^j

Different letters in the same column indicate statistical difference (p <0.05).

Table 2: Loss Percentage of Vitamin C, Total Phenolic Content and Antioxidant Activity of Broccoli

Method	Time (min)	Vitamin C Loss (%)	Total Phenolic Content Loss (%)	Antioxidant Activity Loss (%)
Raw	0	0	0	0
Sous Vide	5	19,31	8,06	16,4
	10	36,32	13,53	26,98
	15	54,59	19,15	37,04
Steaming	5	5,78	4,15	7,94
	10	11,21	8,66	17,46
	15	19,07	13,23	23,81
Boiling	5	43,05	25,87	29,63

Boiling	10	67,29	43,72	52,38
	15	76,45	59,41	63,49

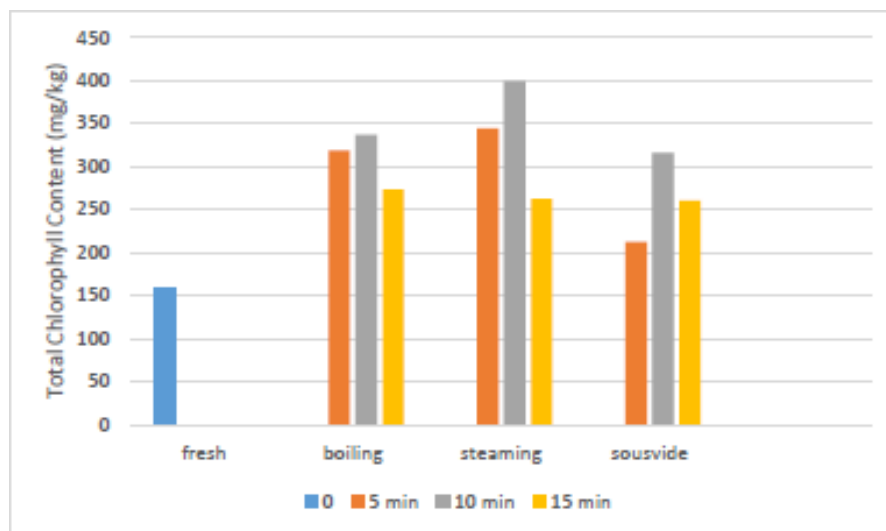
Maximum total phenolic content (TPC) was observed in fresh samples. Although all cooking techniques caused decrement in TPC, minimum loss was found in steamed, while maximum loss was observed in boiled samples. The loss of TPC in boiled samples could be explained that phenolics were largely leached into the cooking water (Zhang and Hamazu 2004). TPC of samples decreased with increasing cooking time for all cooking techniques. Lafarga et al. (2018) have found that TPC decreased with both conventional and sous vide cooking method. On the other hand, Girgin and El (2015) have indicated that TPC increased with steaming, but decreased with boiling in cauliflower when compared to the fresh sample. Martinez-Hernandez et al. (2013a) have notified that all cooking methods except boiling increased TPC in broccoli. As similar with the results of the current study, Francisco et al. (2010) have stated that steaming and boiling reduced the TPC of Brassica vegetables. Additionally, many other researchers have obtained similar results with the current study (dos Reis et al., 2015a; Pellegrini et al., 2010; Lafarga et al., 2018). Decrement of TPC could be explained that heat treatments such as boiling, steaming or sous vide have degradation effect on TPC.

The highest antioxidant activity was obtained from fresh broccoli. Although all cooking methods negatively affected the antioxidant activity ($p < 0,05$), steaming was found as the most suitable method for preserving the antioxidant activity. Lafarga et al. (2018) have stated that thermal processing reduced the antioxidant activity of some brassica vegetables. In their study, antioxidant activity of some brassica cultivars varied depending on cooking methods, while for some cultivars, cooking methods had no importance on reducing antioxidant activity. Dolinsky et al. (2016) have indicated that there were no differences between antioxidant activity of fresh and cooked broccoli. In a study, it was found that conventional cooking method decreased antioxidant activity, while sous vide cooking method increased antioxidant activity of broccoli (Kosewski et al., 2018). On the other

hand, increment in antioxidant capacity with different cooking methods such as boiling, steaming, microwave and sous vide was reported by many researchers (Turkmen et al., 2005; Lafarga et al., 2018; dos Reis et al., 2015b; Wachtel-Galor et al. 2008; Martínez-Hernández et al., 2013a). This increment may be explained with production of redox-active secondary plant metabolites or breakdown products and due to changing in plant cell wall structure and matrix modifications, release of antioxidants from intracellular proteins (Rechkemmer, 2007). In the current study, decreasing antioxidant activity may be related with thermal degradation of phenolic compound and vitamin C content. Additionally, leakage of antioxidants into the cooking water was the most important reason of this decreasing in boiling method which cause maximum antioxidant activity losses. On the other hand, losses of antioxidant activity were minimum in steaming method because there is not directly connect with water and temperature was lower than boiling and sous vide.

Chlorophyll is not only one of the important quality parameters for green vegetables, but also has health beneficial effects such as antimutagenic and anticarcinogenic activities (Nisha et al., 2004; Turkmen et al., 2006). Variation of total chlorophyll content of broccoli was shown in Figure 1. In this study, it was observed that the cooking time was also effective on the total chlorophyll content and the highest increase was observed in 10 minutes for the cooking methods used in the experiment. Yuan et al. (2009) have reported that different cooking methods such as boiling, stir-frying/boiling, stir-frying, and microwaving caused the loss of chlorophyll content, while steaming did not cause any significant loss of chlorophyll content. It was stated that microwave treatment was more effective to the total chlorophyll content in broccoli by dos Reis et al. (2015b), while boiling, steaming and sous vide treatments decreased. In another study dos Reis et al. (2015a) indicated that total chlorophyll content of broccoli was sorted from higher to lower as boiled, sous vide, microwave, steamed and fresh.

Figure 1: Total chlorophyll content of broccoli



CONCLUSION

Cooking techniques and time have important effects on bioactive compounds and antioxidant activity of broccoli. In this study, it was concluded that steaming of broccoli is the most appropriate method for reducing loss of vitamin C, phenolic and chlorophyll content and antioxidant activity. The lowest degradation of vitamin C and TPC was observed in steamed broccoli, while boiling caused the highest loss of vitamin C and TPC. Contrary to expectations, sous vide technique was not effective as steaming. Likewise, similar results were obtained for antioxidant activity. On the other hand, sous vide technique was found more suitable in comparison to boiling, however, not to steaming. In addition to these, total chlorophyll content is affected by the time of the cooking procedure. In the further studies, it will be useful to comparing the effects of cooking techniques especially sous vide with different parameters such as lower temperatures.

REFERENCES

Baardseth, P., Bjerke, F., Martinsen, B.K., & Skrede, G. (2010). Vitamin C, total phenolics and antioxidative activity in tip-cut green beans (*Phaseolus vulgaris*) and swede rods (*Brassica napus* var. *napobrassica*) processed by methods used in catering. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 90, 1245–1255.

Bendich, A., Machlin, L.J., Scandurra, O., Burton, G.W., & Wayner, D.D.M. (1986). The antioxidant

role of vitamin C. *Advances in Free Radical Biology & Medicine*, 2, 419-444.

Dhakal, S., Balasubramaniam, V. M., Ayvaz, H., & Rodriguez-Saona, L. E. (2018). Kinetic modeling of ascorbic acid degradation of pineapple juice subjected to combined pressure-thermal treatment. *Journal of Food Engineering*, 224, 62-70.

Dolinsky, M., Agostinho, C., Ribeiro, D., Rocha, G. D. S., Barroso, S. G., & Ferreira, D. (2016). Effect of different cooking methods on the polyphenol concentration and antioxidant capacity of selected vegetables. *Journal of Culinary Science & Technology*, 14(1), 1-12.

Dominguez-Perles, R., Martinez-Ballesta, M. C., Riquelme, F., Carvajal, M., Garcia-Viguera, C., & Moreno, D. A. (2011). Novel varieties of broccoli for optimal bioactive components under saline stress. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 91(9), 1638-1647.

dos Reis, L. C. R., de Oliveira, V. R., Hagen, M. E. K., Jablonski, A., Flôres, S. H., & de Oliveira Rios, dos Reis, L. C. R., de Oliveira, V. R., Hagen, M. E. K., Jablonski, A., Flôres, S. H., & de Oliveira Rios, A. (2015a). Carotenoids, flavonoids, chlorophylls, phenolic compounds and antioxidant activity in fresh and cooked broccoli (*Brassica oleracea* var. *Avenger*) and cauliflower (*Brassica oleracea* var. *Alphina F1*). *LWT-Food Science and Technology*, 63(1), 177-183.

- A. (2015b). Effect of cooking on the concentration of bioactive compounds in broccoli (*Brassica oleracea* var. Avenger) and cauliflower (*Brassica oleracea* var. Alphina F1) grown in an organic system. *Food Chemistry*, 172, 770-777.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. Human Vitamin and Mineral Requirements. <http://www.fao.org/3/a-y2809e.pdf> Accessed 2 July 2019.
- Francisco, M., Velasco, P., Moreno, D.A., García-Viguera, C., & Cartea, M.E. (2010). Cooking methods of *Brassica rapa* affect the preservation of glucosinolates, phenolics and vitamin C. *Food Research International*, 43, 1455–1463.
- Gamboa-Santos, J., Cristina Soria, A., Pérez-Mateos, M., Carrasco, J.A., Montilla, A., & Villamiel, M. (2013). Vitamin C content and sensorial properties of dehydrated carrots blanched conventionally or by ultrasound. *Food Chemistry*, 136, 782–788.
- Girgin, N., & El, S.N. (2015). Effects of cooking on in vitro sinigrin bioaccessibility, total phenols, antioxidant and antimutagenic activity of cauliflower (*Brassica oleracea* L. var. Botrytis). *Journal of Food Composition and Analysis*, 37, 119–127.
- Latté, K. P., Appel, K. E., & Lampen, A. (2011). Health benefits and possible risks of broccoli—an overview. *Food and Chemical Toxicology*, 49(12), 3287-3309.
- Khurana, S., Venkataraman, K., Hollingsworth, A., Piche, M., & Tai, T. (2013). Polyphenols: benefits to the cardiovascular system in health and in aging. *Nutrients*, 5, 3779–3827.
- Kosewski, G., Górna, I., Bolesławska, I., Kowalówka, M., Więckowska, B., & Główna, A. K. (2018). Comparison of antioxidative properties of raw vegetables and thermally processed ones using the conventional and sous-vide methods. *Food Chemistry*, 240, 1092-1096.
- Lafarga, T., Bobo, G., Viñas, I., Zudaire, L., Simó, J., & Aguiló-Aguayo, I. (2018). Steaming and sous-vide: Effects on antioxidant activity, vitamin C, and total phenolic content of *Brassica* vegetables. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 13, 134-139.
- Lafarga, T., Viñas, I., Bobo, G., Simó, J., & Aguiló-Aguayo, I. (2018). Effect of steaming and sous vide processing on the total phenolic content, vitamin C and antioxidant potential of the genus *Brassica*. *Innovative Food Science & Emerging Technologies*, 47, 412-420.
- Martínez-Hernández, G. B., Artés-Hernández, F., Gómez, P. A., & Artés, F. (2013a). Quality changes after vacuum-based and conventional industrial cooking of kailan-hybrid broccoli throughout retail cold storage. *LWT-Food Science and Technology*, 50(2), 707-714.
- Martínez-Hernández, G. B., Artés-Hernández, F., Gómez, P. A., & Artés, F. (2013b). Induced changes in bioactive compounds of kailan-hybrid broccoli after innovative processing and storage. *Journal of Functional Foods*, 5(1), 133-143.
- Nagata, M., & Yamashita, I. (1992). Simple method for simultaneous determination of chlorophyll and carotenoids in tomato fruit. *Nippon Shokuhin Kogyo Gakkaishi*, 39(10), 925-928.
- Nisha, P., Singhal, R. S., & Pandit, A. B. (2004). A study on the degradation kinetics of visual green colour in spinach (*Spinacea oleracea* L.) and the effect of salt therein. *Journal of Food Engineering*, 64(1), 135-142.
- Pellegrini, N., Chiavaro, E., Gardana, C., Mazzeo, T., Contino, D., Gallo, M., Riso, P., Fogliano, V., & Porrini, M. (2010). Effect of different cooking methods on color, phytochemical concentration, and antioxidant capacity of raw and frozen *brassica* vegetables. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, 58, 4310–4321.
- Podsedek, A. (2007). Natural antioxidants and antioxidant capacity of *Brassicavegetables*: a review. *LWT- Food Science and Technology*, 40, 1-11.
- Puupponen-Pimia, R., Kinen, S. T. H., Suortti, A. T., Lampi, A., Eurola, M., & Piironen, V. (2003). Blanching and long-term freezing affect various bioactive compounds of vegetables in different ways. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 83, 1389–1402.
- Rechkemmer, G. (2007). Nutritional aspects from thermal processing of food: Potential health benefits and risks. In *Symposium Weihenheim: Wiley-VCH Verlag GmbH & Co.*
- Roy, M. K., Juneja, L. R., Isobe, S., & Tsushida, T. (2009). Steam processed broccoli (*Brassica oleracea*) has higher antioxidant activity in chemical and cellular assay systems. *Food Chemistry*, 114(1), 263-269.

- Singleton, V. L., & Rossi, J. A. (1965). Colorimetry of total phenolics with phosphomolybdic-phosphotungstic acid reagents. *American Journal of Enology and Viticulture*, 16(3), 144-158.
- Thaipong, K., Boonprakob, U., Crosby, K., Cisneros-Zevallos, L., & Byrne, D. H. (2006). Comparison of ABTS, DPPH, FRAP, and ORAC assays for estimating antioxidant activity from guava fruit extracts. *Journal of Food Composition and Analysis*, 19(6-7), 669-675.
- Tomás-Barberán, F.A., Selma, M.V., & Espín, J.C. (2016). Interactions of gut microbiota with dietary polyphenols and consequences to human health. *Current Opinion in Clinical Nutrition & Metabolic Care*, 19, 471–476.
- Turkmen, N., Poyrazoglu, E.S., Sari, F., & Velioglu, Y.S. (2006). Effects of cooking methods on chlorophylls, pheophytins and colour of selected green vegetables. *International Journal of Food Science & Technology*, 41(3):281-288.
- Turkmen, N., Sari, F., & Velioglu, Y. S. (2005). The effect of cooking methods on total phenolics and antioxidant activity of selected green vegetables. *Food Chemistry*, 93(4), 713-718.
- Vallejo, F., Tomas-Barberan, F. A., & Garcia-Viguera, C. (2002). Glucosinolates and vitamin C content in edible parts of broccoli florets after domestic cooking. *European Food Research and Technology*, 215, 310–316.
- Wachtel-Galor, S., Wong, K. W., & Benzie, I. F. (2008). The effect of cooking on Brassica vegetables. *Food Chemistry*, 110(3), 706-710.
- Wagner, A. E., Terschluesen, A. M., & Rimbach, G. (2013). Health promoting effects of brassica-derived phytochemicals: from chemopreventive and anti-inflammatory activities to epigenetic regulation. *Oxidative Medicine and Cellular Longevity*, 2013.
- Yuan, G. F., Sun, B., Yuan, J., & Wang, Q. M. (2009). Effects of different cooking methods on health-promoting compounds of broccoli. *Journal of Zhejiang University Science B*, 10(8), 580.
- Zhang, D., & Hamauzu, Y. (2004). Phenolics, ascorbic acid, carotenoids and antioxidant activity of broccoli and their changes during conventional and microwave cooking. *Food Chemistry*, 88, 503-509.

Ethical approval

This study is among the studies that do not require ethics committee approval due to not fall within the scope of research that requires one-to-one data collection from the participants and the data are obtained as secondary data.



**EXPLORING RESIDENTS' PERCEPTION ON GASTRONOMIC TOURISM DEVELOPMENT:
A STUDY OF INTERNATIONAL URLA ARTICHOKE FESTIVAL**

Research Article

Feray İRİGÜLER¹

ABSTRACT

Commodification of local food through food festivals is not only a pleasurable attraction for tourists but also a great advantage for local residents and the well-being of the community. Bearing this in mind, the study aims to explore residents' perceptions of food festivals based on the specific case of *5th International Urla Artichoke Festival*. A qualitative approach was adopted to highlight residents' views on festival experience. The results indicated that the event is perceived as an opportunity for the development of gastronomic tourism in the region through promotion of the product and the place, while boosting agricultural productivity and building social capital.

Keywords: Festival, Festival Tourism, Gastronomic Products, Food Tourism, Local Food

JEL Classification Codes: Z32, L83, Q01

¹ Lecturer, İzmir University of Economics, School of Applied Management Sciences, Gastronomy and Culinary Arts Program, feray.iriguler@ieu.edu.tr, orcid.org/0000-0003-1313-1600

“İrigüler, F. (2021). Exploring Residents' Perception on Gastronomic Tourism Development: A Study of International Urla Artichoke Festival, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, Vol 5: No: 1, p.77-86, doi: 10.30625/ijctr.834689”

*Received Date:*02.12.2020

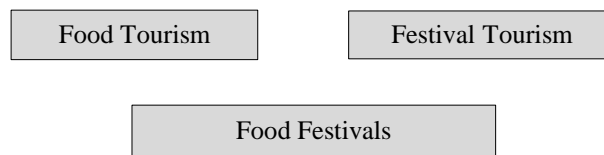
*Accepted Date:*10.06.2021

INTRODUCTION

Festivals are emerging worldwide as a growing and dynamic segment of the tourism and leisure industries, which yield significant economic, socio-cultural, and political impacts on the destination area and host groups (Viviers and Slabbert, 2012; Jago and Dwyer, 2006; Mossberg 2000). Festivals connect and empower individuals across diverse communities. Increasingly, festivals and events are found to enlarge social capital, and in consequence, social sustainability (Arcodia and Whitford, 2008). Food, on the other hand,

represents a kind of cultural power and a sense of identity for human societies, in which biological need for nutrition and the social act of eating gain a particular meaning (Simpson, 1999). Food is a way of communication, and represents the culture of those who consume it (McAndrews, 1999). Food is the principal element of cultural values, and territorial identity. Growing interest in food and food-related tourism activities has made it a popular theme and central focus of festivals.

Figure 1. Emergence of food festivals



Source: Simpson, 1999; Viviers and Slabbert, 2012.

Food is regarded as a major theme in festival celebrations. Tourists can experience new cultures and new flavors through experiential participation and forming social relationships at the same time in a festive environment. This interaction between host communities and tourists generates a deep appreciation of culture reciprocally. However, the success of any festival depends on the intense involvement of local residents from the planning stage to the execution and evaluation of the event (Kalkstein-Silkes et al., 2008).

A number of studies have inspected food festivals, but there is very little research on its impact on local residents and host communities. Since the existing literature on residents' experiences and perceptions of food festivals is very scarce, the present study helps to fill this gap in the literature by examining host community members' perspectives on a local food festival. The article addresses the role of food festivals on gastronomic tourism development and the promotion of the destination along with other social and economic benefits, based on residents' perceptions.

LITERATURE REVIEW

Festival Tourism

Festivals are 'specific rituals, presentations, performances or celebrations that are consciously planned and created to mark a special occasion or to achieve particular social, cultural or corporate goals and objectives' (McDonnell et al., 1999). Festivals are increasingly significant for tourism regions and the tourism industry, particularly in rural areas with more limited sources of income than metropolitan areas (Jackson et al., 2005). It has been acknowledged that festivals are critical from more multiple perspectives as they have not only economic, but also social and cultural importance for the host localities and regions (McDonnell et al., 1999; Dimmock and Tyce, 2001; Jago and Dwyer, 2006; Mossberg 2000).

Recent proliferation of festivals has a number of causes, but mainly relates to a response from communities desiring to reassert their identities in the face of cultural dislocation brought by rapid structural change, social mobility and globalisation processes (Kim et al., 2014; Blichfeldt and Halkier, 2014; Lee and Arcodia, 2011). Some festivals are grounded on long-established history that has been either rediscovered, reinvigorated or reinvented rituals, while others have been created, usually as a result of myriad of social, political, demographic

and economic realities. Other places become noted purely as a result of the festivals they host, as in the case of Woodstock Music and Art Festival of USA; in other situations, festivals might be a supportive offer of a destination for differentiation purposes. No matter what the nature of festivals is, it allows people to reflect images of themselves and their lifestyles to audiences which is a

cumulative set of identities and collective conscious; hereby, traditions can be maintained and passed on to future generations, and history can be retold. Besides, festivals constitute an occasion for all hosts, including old ones, newly arrived and expatriates to generate collective experiences, revive memories and feelings of belonging linked to the place (Picard and Robinson, 2006).

Table 1. Impacts of Festivals

Impacts of Festivals		
	Positive impacts	Negative Impacts
Economic	boost the economy in local regions increased revenues and employment	inflated prices residents' exodus interruption of normal prices
Physical	enhanced quality of life urban renewal increased infrastructure increased public awareness	environmental damage noise overcrowding Traffic congestion
Political	enhancement of image	reflection of political ideology
Socio-cultural	social cohesiveness build pride among local citizens community collaboration increased communication development of communal ties	disruption of resident lifestyle increased criminal activity social dislocation vandalism

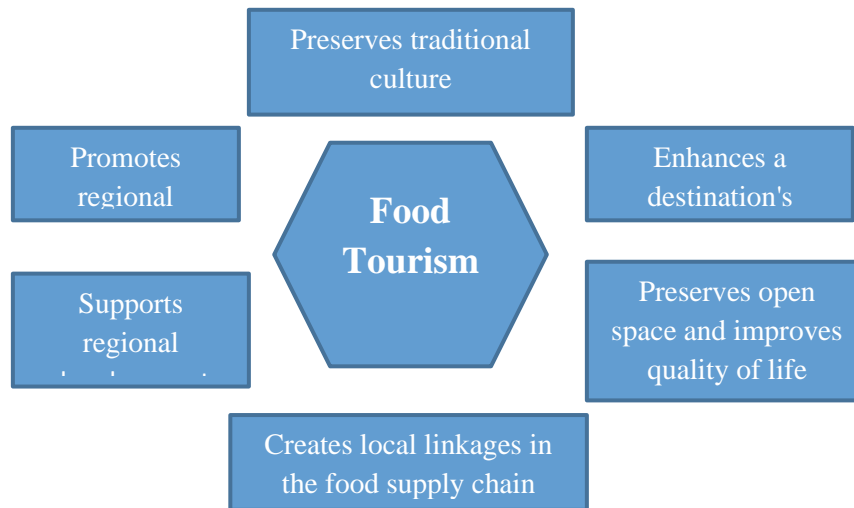
Source: Yolal et al., 2016; Yıldız and Polat, 2016; Jago and Dwyer 2006; Jackson et al., 2005.

The community is an important role player in events, due to its active involvement in planning and managing events, and also its role as hosts to tourists. Their opinion regarding the impact of events is therefore important and needs to be researched because it can influence the sustainability of an event or festival (Viviers and Slabbert, 2012).

Food Tourism

Food tourism is “the desire to experience a particular type of food or the produce of a specific region” (Hall and Sharples, 2003). Tourists believe that experiencing a region or country’s food is essential to understanding its culture (Boyne & Hall, 2003). Since food and beverages are tied to a region’s heritage, history and culture, culinary tourism extends beyond trying new and exotic foods. It unites anthropology, folklore, and history, and can comprise ethnic recipes, international cookbooks, folk and food festivals, cooking shows,

cooking schools, specialty food stores, food tours, breweries, wineries, and historical attractions (Slocum and Curtis, 2018). Food tourism emphasizes cultural distinctiveness, a quality experience, or a product unique to a specific region. These experiences can be exotic, like eating ostrich at the Carnivore Restaurant in Nairobi, Kenya, or many involve an event centered on a regional specialty, such as garlic ice cream at the Garlic Festival in Gilroy, California, USA. Managing authenticity and commodification is an important part of developing food tourism because the long-term sustainability of any tourism product or destination depends on economic success. At the same time, it is vital to ensure that locals feel that the tourism product is authentic where tourism is a means to preserving cultural traditions and develop community pride (Barroco et al., 2018). Figure 2 shows some of the remarkable advantages of developing food tourism:

Figure 2. Advantages of Food Tourism

Source: Slocum and Curtis, 2018.

Promoting local foods and local food traditions allows communities to develop pride in their heritage and culture, which can lead to the development of social capital, the links, shared values and understandings that enable mutual trust and cooperation among individuals and groups. Food tourism has the potential to provide positive influences for sustainable development by decreasing negative environmental impacts, and developing social capital (Keeley, 2007). Incorporating authentic food into the tourism experience can be a powerful means for sustaining and reinforcing a destination's cultural identity and cultural capital.

Food Festivals

Food festivals are a collective celebration of an authentic product, and are hallmark events that are held on a one-off or regular basis either internationally, nationally or regionally. They are a tool for rural communities to promote local commodities, adding value to already existing products. Regions known for specific food and drink products provide an opportunity for the local community to promote products that they perceive as valuable and unique to themselves and / or characteristic of the area (Çela et al., 2007). Food tourism and events are often described as tools for sustainability of traditional farming in peripheral areas within national and international food and agricultural policy contexts (de Jong and Varley, 2018). Increased demand for food festivals has been found to animate the emergence of

educational visitor attractions, inspire the retention and development of culinary and agricultural skills, and offer vital support to dynamic traditional industries and small businesses (Everett and Aitchison, 2008). Food is recognized as an expression of heritage based on historical landscapes, traditional farming heritage and social celebrations; local recipes promoted through tourism reflect traditional herbs and spices, and traditional cooking techniques (Slocum and Curtis, 2018).

Today's food festivals are derived from the practices involved in medieval feasts (Rusher, 2004), and the essence today remains the affirmation and celebration of common cultural values. Such events raise awareness of the host community and region, repositioning or reaffirming the region in the minds of festival attendees. Festivals provide a community with a means expressing its values and regional identity to a wider audience, and also serve as a tool to transfer cultural values to future generations.

The aim of this study is to evaluate the impact, importance and attributes of food festivals using the example of International Urla Artichoke Festival, based on the perceptions of local residents.

International Urla Artichoke Festival

Urla is a coastal town with a population of 66.360, located 35 kilometers west of İzmir City, as shown on the map below. Urla is known for its fishery,

floriculture, fresh herb varieties, artichokes, olive, olive oil and wine production. The city's foundation dates back to long before the Hellenistic Civilization, as evidenced by archaeological findings, and this area was known as Klazomenai on the coast, and Vourla in the interior parts in ancient times. Following the invasion of Dor and Aka immigrants, the city which was founded by the Ions, come under the domination of Persians, Greeks, Romans, Byzantines, Seljuks and Ottomans respectively.

Figure 3. Map of Urla, İzmir, Turkey



International Urla Artichoke Festival take place at the end of April, and is organized by Municipality of Urla and Municipality of İzmir, İzmir University of Economics and Délice Network of Good Food Cities. The event has been increasingly successful with growing attendance over several years. It is a three-day annual event organized for the fourth time in 2018, and was awarded as the festival of the year by Shining Star Awards in 2016. The success can be seen in the following statistics (Bakırcı et al., 2017): Artichoke planting has increased by 43 percent and 1300 acres of additional artichoke production was initiated in the region due to the festival. The number of visitors increased from 60 thousand in 2016 to 600.000 in 2018, based on highway entrances. Accommodation rates in hotels were 80% above average. Producers sold more than two million artichokes in three days. In addition to the artisan products exhibited at 1200 stalls, 200 additional stalls were exclusively reserved for artichoke sales. Besides these specialty vendors, the festival program was enriched with culinary demonstrations from award-winning foreign and

local chefs, souvenir vending stands, seminars, open-air talk shows, demonstrations by celebrity chefs, competitions, special guest contacts, activities for children, musical shows, and arts & crafts workshops at different locations of Urla, and it ended with a fund-raising event which was a long table lunch event in an artichoke field, in aide of orphans in need of protection.

METHODOLOGY

Due to the nature of the study and potential informants, a qualitative approach was adopted, and face to face interviews were conducted with 12 participants. Resident respondents were selected by using purposive sampling method in order to obtain a diversified sample. Only habitants, local event organizers and local product vendors were included in the interview session. Each interviewee was assigned a numerical code (I1, I2,...I12). Semi structured questions were then developed to obtain valuable information and findings regards to research interests. *Malgaca Pazarı*, *Cumhuriyet Meydanı*, *Sanat Sokağı* and *Demircili Sokak* were chosen as the venue for data collection as these squares and streets served as main event spaces. The interviews were conducted in the month of April 2019 during the festival and were limited to ten to fifteen minutes, due to the intense pedestrian traffic and time constraint of interviewees. The final sample size was determined as the data saturation had been reached, and no new information emerged. The interviews were audotaped and transcribed verbatim. Statements with related concepts were grouped according to core themes based on the principles of grounded theory.

RESULTS AND DISCUSSION

Food festival as a tool to promote local product:

As the main focus of festival was based on artichokes, and related activities, it was widely promoted at regional, national and international level, resulting in increased local food awareness among residents of Urla. In 2017, the Urla artichoke was geographically indicated by Turkish Patent and Trademark Authority, upon the initiatives of İzmir Commodity Exchange. The relevant comments of interviewees are listed in table below:

Table 2. Interviewee Remarks on Promotion of Local Product

Interviewees	Remarks
I-12 Male, 56, Greengrocer	<i>I'm a 56 years old man who was born and raised in Urla but I'd never witnessed so many people talking about artichoke and a festival of this scope in my town before this festival. Artichoke was always on our family diet just as any other vegetable but it has become number one in our hearts. I talk about it and various dishes prepared with Urla artichoke wherever I go.</i>
I-2 Female, 42 Audience	<i>As a resident of Urla, I haven't counted the number of photos, videos and the like that I shared on my social media accounts during the festivals in the past 4 years. All artichoke related stuff...all my friends and relatives living in neighboring cities came to visit us during the event. I feel like there is no other place than Urla where artichoke is produced. That's how deeply we took ownership of this vegetable.</i>
I-8 Female, 50 Housewife	<i>I've been a stall-holder on the main festival ground in the past 2 years and I am selling stuffed artichokes, artichoke rolls and artichoke pilaff. People queue to buy them. They get so much attention from the visitors that we work day and night in the kitchen with my friends to have enough of them for the next day.</i>

Food festival as a tool to promote ‘the place’: Festivals are often explicitly connected to the destinations in which they take place, and such activities brings attachment to place. Festivals create, shape, or reinforce the ideology of a place,

and thus build pride among local citizens and reinforce the identity of cities (Jarman, 2018). Some of the related remarks of interviewees are listed in table below:

Table 3. Interviewee Remarks on Promotion of Place

Interviewees	Remarks
I-1 Male, 68 Retired	<i>This festival made me proud to be an Urla resident. I didn't believe that the name of Urla would be associated with artichoke by everyone before the festival, but today I see that festivals have huge impacts. I was in İstanbul last week and I came across people asking me whether the festival will be held again this year or not.</i>
I-10 Female, 21 Student	<i>I'm from Urla and study arts in Izmir. I see festival posters on billboards all around the city months before the event. Izmir has several counties but Urla differentiated itself by far with this festival and more people feel sympathy to my town. I'm very pleased to see their attention.</i>

Food festival as a tool to boost agricultural productivity: Agriculture and tourism represent two of the world's largest industries. Food tourism can support regional economic growth; food festivals in particular enhance and support

interconnections between traditional regional industries such as agriculture, and emerging industries, especially gastronomic tourism (Slocum and Curtis, 2018). Some of the related remarks of interviewees are listed in table below:

Table 4. Interviewee Remarks on Food Festival and Agriculture

Interviewees	Remarks
I-6 Male, 47 Farmer	<i>Every year we sell more and more artichoke. Artichoke production in Urla makes up more than 20% of the total production in Turkey. This ratio has increased gradually thanks to the festival and local authorities' initiatives. Now that it has a geographic indication, I hope we will even produce more.</i>
I-11 Male, 38 Restaurateur	<i>We've had approximately 20 times more customers during the festival than any other day. And they all prefer artichoke dishes. While this is a great opportunity for us to promote our local dishes and an occasion to make economic benefits, I feel very happy for the producers as well. The time of the festival is when the last artichoke harvest is done; so the farmer is not left with unwanted artichokes.</i>

Food festival as a tool to develop gastronomic tourism: Food is an important opportunity for interpreting the culture or the community. Thus,

food can be used as an interpretive tool to deeply internalize a place's customs, heritage, celebrations, daily way of life etc. Gastronomic

tourism is an experiential journey where food is viewed as a medium of experiencing the local socio-cultural structure of a region through its cuisine. Food festivals attract the attention of

gastronomy travellers primarily for food, but also for the festive atmosphere they provide. Some of the related remarks of interviewees are listed in table below:

Table 5. Interviewee Remarks on Food Festival and Gastronomic Tourism

<i>Interviewees</i>	<i>Remarks</i>
I-4 Female, 28 Server	<i>I've met a bunch of chefs, bloggers and celebrities while serving them. It's good to see food experts in town because Urla wants to become a popular destination with its gastronomy. When outsiders visit the festival, they also hear about the 'Urla Wine Route', 'Klazomenai Olive Oil Production Facility' of the 6th century, beaches around the town, and all the other things to do...</i>
I-9 Male, 30 Cafe owner	<i>While touring the stalls, I've seen so many different things that were prepared with artichoke; dishes that we are not usually used to see, or traditional dishes adapted to artichoke.. so the event also brought innovative recipes and these new recipes awakened the curiosity of visitors, who become interested in revisiting our town.</i>
I-7 Female, 45 Souvenir shopkeeper	<i>I've seen many tour buses in town. Some were daily visitors as I learned from my customers, but there were also tourists from other cities who did stay in and around Urla. Our sales went considerably higher, which I'm very happy about! Streets are full, hotels are full, restaurants are full...This is amazing for Urla.</i>

Food festival as a tool to develop social capital:

Festival attendance facilitates the augmentation of social capital, that is the processes between people which allow the establishment of a sense of co-operation, goodwill, reciprocity, belonging, and fellowship. A host community may derive numerous benefits from participating in or staging festivals. Festival attendance builds social capital by developing community resources. The organizers responsible for the administrative aspects must interact with local business and the general community for festival organisation

(Arcodia and Whitford, 2008). This interaction has several benefits: it raises awareness of community resources and expertise, forges social links between previously unrelated groups and individuals, identifies areas of potential development for community resources, and generally enhances stronger social connectivity between existing community organizations (Cooke and Wills, 1999; Mykletun, 2009; Wilks and Quinn, 2016). Some of the related remarks of interviewees are listed in table below:

Table 6. Interviewee Remarks on Building Social Capital

<i>Interviewees</i>	<i>Remarks</i>
I-3 Male, 39 Retired	<i>No matter what our political views or ideologies or lifestyles are, we all worked in close collaboration on this. And I think we did it. Municipalities handled the organization and marketing part, producers provided the artichokes, women cooked stuff to be sold on the stalls. Everybody shared one ambition; a successful festival..</i>
I-9 Female, 31 Public officer	<i>I've worked for the municipality for 5 years and actively take part in the organization of the festival. This is something one person or one institution cannot do on its own...We set up meetings every month and these meetings start up almost one year prior to the event. We have a big team composed of municipality officers, scholars, press and media representatives, civil society organization members, farmer and agricultural producers coordinator, charity foundation representative...We try to create a good synergy and make the most out of it.</i>

CONCLUSION

Most research on festivals conducted to date discussed food festivals from the attendees' point of view, including visitors' profiles, market

segmentation, motivations, behavioral intentions, and value perceptions (Li et al., 2018; Duran and Hamarat, 2014; Lee et al., 2007; Yuan et al., 2005; Thrane, 2002). In contrast, this study aimed to analyze festivals from residents' point of view,

and analyze how locals appraised the impacts of such events. In this sense, it was seen that the artichoke festival was evaluated positively by the majority of residents, who considered it as an opportunity to increase the number of visitors to their town. The interviewees confirmed, with varying emphasis, that incorporating local product to a festive event brought synergy to Urla, promoting local products and the region in general. They stated that incorporating a local product to a food festival strengthened the attractiveness of Urla as a gastronomic destination. They also pointed out that the festival provided a platform to promote the local gastronomy products and served as a tool to develop gastronomic tourism. Considering the increase in artichoke production, the festival was perceived as a sustainable contribution to the economy and regional development. The interviewees highlighted that the festival reinforced the relationship among diverse stakeholders such as governmental and non-governmental bodies, farmers, restaurateurs, residents, scholars and a range of other stakeholders, contributing to their social capital. It was also considered as an opportunity to build community pride, and an instrument that brought a strong emotional attachment to their place of residence.

Festivals are greatly intensing interest in local products. The steady increase in the number of food festivals, in parallel to the development of gastronomy tourism have yielded remarkable economic and social benefits, in particular with locals' support and adoption of the event. In this regard, International Urla Artichoke Festival was no exception; residents, organizers and all related stakeholders' perceptions of the event were affirmative. Yet, the festival's sustainability in the upcoming years should be monitored, with focus on the established variables in order to evaluate the direction of development, as well as its meaning for the residents.

Comprehension of festival experiences from residents' perspective can help event planners, local authorities and voluntary groups to better understand locals' desires and expectations, which will ensure the priority of local development in the organization of such events. It will also contribute to the success of the festival, as it provides meaningful insights from varying perspectives.

While this study provides an understanding of how food related festivals influence locals' perceptions of gastronomic tourism development, the findings are dependent on data from one single event, and therefore are not generalizable to all food festivals; thus, its replication of other food festivals in different locations would increase the validity of these results. Perceptions can be researched on a broader scale by including supporting institutions, organizations and official bodies in future studies. Future studies could also make comparative analysis of similar events to account for regional biases.

REFERENCES

- Arcodia, C., Whitford, M. (2006). Festival attendance and the development of social capital, *Journal of Convention & Event Tourism*, 8:2, 1-18.
- Bakırcı, G. T., Bucak, T., & Turhan, K. N. (2017). Bölge gastronomi turizmi üzerine yöresel ürün festivallerinin etkisi: Urla örneği. *Journal of Gastronomy and Tourism Studies* (5): 230-240.
- Blichfeldt, B. S., & Halkier, H. (2014). Mussels, tourism and community development: a case study of place branding through food festivals in rural North Jutland, Denmark. *European Planning Studies*, 22(8), 1587-1603.
- Boyne, S., & Hall, D. (2003). Managing food and tourism development: Issues for planning and opportunities to add value. In C.M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, B. Cambourne, & N. Macionis (Eds.), *Food tourism around the world: Development, management and markets* (pp. 285–295). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Barroco, C., Augusto, L., & Martins, L. (2018). Building food experiences: The case of food events in small regions. *Food and Agricultural Tourism: Theory and Best Practice*, 57-59.
- Cooke, P., Wills, D. (1999). Small firms, social capital and the enhancement of business performance through innovation programmes. *Small Business Economics*, 13(3), 219-234.
- Çela, A., Knowles-Lankford, J., Lankford, S. (2007). Local food festivals in Northeast Iowa communities: A visitor and economic impact study, *Managing Leisure*, 12: 2-3, 171-186.
- De Jong, A., & Varley, P. (2018). Food tourism and events as tools for social sustainability?. *Journal of Place Management and Development*.

- Dimmock K, Tiyce M 2001. Festivals and events: Celebrating special interest tourism. In: N Douglas, N Douglas, R Derret (Eds.): *Special Interest Tourism*. Wiley: Brisbane.
- Duran, E., & Hamarat, B. (2014). Festival attendees' motivations: the case of International Troia Festival. *International Journal of Event and Festival Management*, 5(2), 146-163.
- Everett, S. and Aitchison, C. (2008), "The role of food tourism in sustaining regional identity: a case study of Cornwall, South West England", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 16 No. 2, pp. 150-167.
- Hall, C.M., & Sharples, L. (2003). The consumption of experience or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In C.M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, B. Cambourne, & N. Macionis (Eds.), *Food tourism around the world: Development, Management and Markets* (pp. 1–24). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Jackson, J., Houghton, M., Russell, R., & Triandos, P. (2005). Innovations in Measuring Economic Impacts of Regional Festivals: A Do-It-Yourself Kit. *Journal of Travel Research*, 43(4), 360–367.
- Jago, L. and Dwyer, L. (2006), *Economic Evaluation of Special Events. A Practitioner's Guide*, Common Ground, Altona, Vic.
- Jarman, D. (2018). Festival community networks and transformative place-making. *Journal of Place Management and Development*, 11(3), 335-349.
- Keeley, B. (2007). *Human capital: How what you know shapes your life*. Paris: OECD.
- Kim, Y. H., Duncan, J. L., & Jai, T. M. (2014). A case study of a southern food festival: using a cluster analysis approach. *Anatolia*, 25(3), 457-473.
- Lee, I., Arcodia, C. (2011). The role of regional food festivals for destination branding. *International Journal of Tourism Research*, 13, 355-367.
- Lee, S. Y., Petrick, J. F., & Crompton, J. (2007). The roles of quality and intermediary constructs in determining festival attendees' behavioral intention. *Journal of Travel Research*, 45(4), 402-412.
- Li, J., Deng, J., & Pierskalla, C. (2018). Impact of attendees' motivation and past experience on their attitudes toward the National Cherry Blossom Festival in Washington, DC. *Urban Forestry & Urban Greening*, 36, 57-67.
- McAndrews, K. (2004). *Incorporating the Local Tourist at the Big Island Poke Festival in Food Tourism Around the World, Development, Management and Markets* (Ed. Hall, M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., and Cambourne, Brock). Elsevier Butterworth-Heinemann.
- McDonnell, I., Allen, J., O'Toole, W. (1999). *Festival and Special Event Management*. Wiley.
- Mossberg, L. (ed.) (2000) *Evaluation of Events: Scandinavian Experiences*, New York, Cognizant Communication Corporation.
- Mykletun, R. J. (2009). Celebration of extreme playfulness: Ekstremsportveko at Voss. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 9(2/3), 146–176.
- Picard, D., Robinson, M. (2006). *Remaking Worlds: Festivals, Tourism and Change in Festivals, Tourism and Social Change* (Ed. Picard, D., Robinson, M.), Channel View Publications, UK.
- Rusher, K. (2004). *The Bluff Oyster Festival and Regional Economic Development: Festivals as Culture Commodified in Food Tourism Around the World, Development, Management and Markets* (Ed. Hall, M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., and Cambourne, Brock). Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Simpson, T. (1999). *A Distant Feast: The Origins of New Zealand's Cuisine*. Random House New Zealand.
- Slocum, S. L., Curtis, K. R. (2018). *Food and Agricultural Tourism: Theory and Best Practice*. Routledge, NY.
- Thrane, C. (2002). Music quality, satisfaction, and behavioral intentions within a jazz festival context. *Event Management*, 7(3), 143-150.
- Viviers, P. A., Slabbert, E. (2012). Towards an instrument measuring community perceptions of the impacts of festivals. *Journal of Human Ecology*, 40(3): 197-212.
- Wilks, L., & Quinn, B. (2016). Linking social capital, cultural capital and heterotopia at the folk

festival. *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*, 7(1), 23.

Yıldız, S.B. & Polat, E. (2016). Yerel halkın Eskişehir’de düzenlenen festivallerin etkilerine yönelik algıları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4 (2), 40-62.

Yolal, M., Gürsoy, D., Uysal, M., Kim, H.L. & Karacaoğlu, S. (2016). Impacts of festivals and

events on residents’ well-being. *Annals of Tourism Research*, 2016 (61), 1–18.

Yuan, J. J., Cai, L. A., Morrison, A. M., & Linton, S. (2005). An analysis of wine festival attendees’ motivations: A synergy of wine, travel and special events?. *Journal of Vacation Marketing*, 11(1), 41-58.

Ethical approval

This study is among the studies that do not require ethics committee approval due to not fall within the scope of research that requires one-to-one data collection from the participants and the data are obtained as secondary data.



KÜLTÜREL MİRASIN TURİZMDE KULLANIMI: KURAMSAL BİR ÇERÇEVE ÖNERİSİ

Derleme

Nazım ÇOKIŞLER¹

ÖZET

Kültürel unsurlarının turizmde kullanımı eskiden beri tartışılan ve üzerinde uzlaşmaya varılamayan bir konudur. Mevcut durumda, halk bilimi alanından gelen araştırmacılar 2003 tarihli Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi'nin hedefleri doğrultusunda, turizm alanından gelen araştırmacılar ise arzulan bir turizm türü olarak görülen kültürel turizm şemsiyesi altında kültürel mirasın turizmde kullanımı konusunu incelemektedir. Konu hakkındaki çalışmalar; kültürel unsurların turizm açısından taşıdığı önemin açıklanması ve el sanatları, halk oyunları ya da mutfak kültürü gibi belli bir kültürel değer turizmde kullanımında yaşanan sorunların vurgulanması olmak üzere iki ana koldan ilerlemiştir. Alanyazında göze çarpan eksiklik analitik bir çerçevenin çizilememiş olmasıdır. Bu kavramsal çalışmada, kültürel unsurların turizmde kullanım işlev ve bağlamlarının farklı olduğu savunulmuş, gelecekteki araştırmalarda kullanılmak üzere analitik bir çerçeve önerilmiştir. Kültürel mirasın turizme konu edilmesinin farklı paydaş ve bağlamlar açısından ele alınması gerektiği düşüncesi önerilen çerçevenin ana hattını oluşturmuştur. Önerilen çerçeveye göre turizme konu edilen bir kültürel unsurun; kültürel miras, yerel halk, turizm işletmeleri, turistler ve devlet olmak üzere beş paydaşı vardır ve her bir paydaşın beklenti ve öncelikleri diğerlerinden farklıdır. Bu nedenle farklı paydaşlar açısından ele alındığında kültürel mirasın turizme konu edilmesinden beklenecek işlevler de farklı olacaktır. Benzer şekilde, kültürel mirasın turistik amaçlı olarak kullanılabileceği yerler, dolayısıyla da kullanım bağlamları da farklıdır. Farklı paydaşları ve farklı işlevleri göz önüne alan böylesi bir çerçeve sayesinde, konu daha analitik bir çerçevede tartışılabilir ve mevcut gözlemleri açıklayacak teoriler geliştirilebilir.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Miras, Kültürel Turizm, Somut Olmayan Kültürel Miras, Turizm

JEL Sınıflama Kodları: L83, Z32, Z39

¹ Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, cokisler@hotmail.com, orcid.org/0000-0003-3273-7472

Bu çalışma Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Halk Bilimi Anabilim Dalı bünyesinde hazırlanmış olan doktora tezinden üretilmiştir.

“Çokışler, N. (2021). Kültürel Mirasın Turizmde Kullanımı: Kuramsal Bir Çerçeve Önerisi, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, Vol 5: No: 1, p.87-98, doi: 10.30625/ijctr.931578”

*Makale Gönderim Tarihi:*02.05.2021

*Kabul Tarihi:*08.06.2021

THE USE OF CULTURAL HERITAGE IN TOURISM: A PROPOSAL FOR THEORETICAL FRAMEWORK

Review

ABSTRACT

The use of elements of heritage in tourism has been a long-disputed matter without consensus. Currently, the use of folk culture products in tourism is studied by folklorists in line with the purposes of the 2003 Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage, while it is done so by tourism scholars under the umbrella of cultural tourism, a type of tourism seen as desirable. Studies about the matter have progressed via two main sets: elaboration on the importance of heritage elements in terms of tourism versus stressing the issues of the touristic use of certain cultural values such as handicrafts, folk dances, or cuisine. Noticeable is the lack of an analytical framework in the relevant literature. This conceptual study argues for different functions as well as contexts of the touristic use of heritage elements, and proposes an analytical framework to be applied in future research. The idea that cultural heritage should be treated, in terms of different stakeholders and contexts, as a subject for tourism forms the outline of the proposed framework. Accordingly, a cultural element subjected to tourism involves five stakeholders; namely, cultural heritage, local community, tourism businesses, tourists and the state; and expectations as well as priorities of each stakeholder are unlike those of the others. Therefore, in terms of different stakeholders, functions to be expected from cultural heritage as a subject for tourism should also be different. Where and, hence, in what contexts cultural heritage can be utilized for tourism purposes would likewise differ. Thanks to such a framework, which takes into account different stakeholders and different functions, the subject can be discussed in a more analytical framework, and theories can be developed to explain current observations.

Keywords: Cultural Heritage, Cultural Tourism, Intangible Cultural Heritage, Tourism

JEL Classification Code: L83, Z32, Z39

GİRİŞ

Genel olarak kültüre özelde ise farklı yaşam ve ifade biçimlerine duyulan ilgi günümüzde ‘kültür ekonomisi’ adı verilen büyük bir endüstri dalı haline gelmiş, kültür bir tüketim alanı olarak tanımlanmaya başlanmıştır (Özdemir, 2008: 56). Ortaya çıkan bu yeni anlayış kültürel mirasa ‘yeni yaşam alanları’ ve ‘yeni fırsatlar’ sunmaktadır (Ekici, 2004: 130). Bu alanlardan biri de turizm sektörüdür. Kültürel unsurlar turizmde insanları turistik hareketlere katılmaya teşvik eden bir çekicilik olarak görülmekte ve turizm ürünü olarak düşünülmektedir. Nitekim yer değiştirme hareketlerinin turizm olarak kabul edilebilmesi için bir turizm ürününün tüketilmesi gerekmektedir (Urry, 1990).

Her turizm türünde bir kültürel miras unsurunun tüketimi söz konusudur (MacCannell, 1993; McKercher ve Du Cros, 2002). Ancak konu SOKÜM unsurlarının turizmde kullanımına geldiğinde, hem teorik tartışmalar hem de pratik uygulamalar karmaşık ve hassas bir hale gelmektedir (Öter, 2010). Tartışmanın teorik boyutu; fakelore, folklorismus, icat edilmiş gelenek, metalaşma, turizmleştirme, bayağılaşma gibi kavramlar etrafında şekillenirken, pratik boyutu 2003 tarihli Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi’nden sonra önem

kazanmıştır. Kültürel unsurların turist kullanımına sunulabilmesi için turistik işletmeler tarafından bir turizm ürünü olarak yeniden yapılandırılması gerekmektedir (Rodzi vd., 2013). Bu durumda hangi unsurların (Istenič, 2011), hangi amaçlarla ve kimler için (Bendix, 1989), kim tarafından (Ekici, 2003) ön plana çıkarılarak turizme kazandırılacağı, sözü edilen kültürel mirasın asıl sahibinin kim olduğu (George, 2010), metalaşmanın önlenip önlenemeyeceği (Greenwood, 1977), otantikliğinin korunup korunamayacağı (Goulding, 2000), bir turistin kültür turisti olarak tanımlanabilmesinin asgari şartlarının neler olduğu (Mousavi vd., 2016) gibi sorular teorik tartışmalarda önemli bir yer tutmaktadır.

Kültürel unsurların turizmde kullanımı konusunun ürün geliştirmeye yönelik pratik boyutu ise başta halkbilim ve turizm alanlarından gelen akademisyenlerin ilgi alanına girmektedir. Halkbilimciler konuyu *uygulamalı halkbilimi, kültürel animasyon* (Özünel, 2012), *halk bilimi araştırmalarının üçüncü boyutu* (Ekici, 2003) ve *yaşatarak koruma* (Ekici ve Fedakar, 2013) kavramları ile ele alırken, turizm alanından gelen araştırmacılar *turistik ürün geliştirme* (Türker ve Çelik, 2012; Demirbulat vd., 2015; Çevik ve

Saçılık, 2016; Pelit ve Türkoğlu; 2020) ve pazarlama (Öter, 2010; Türker ve Türker, 2016) perspektifinden bakmaktadır.

Alanyazın incelendiğinde; efsaneler, halk oyunları mutfak kültürü, Türk gecesi, Türk kahvesi, el sanatları, ebru sanatı gibi belirli unsurların turizmde kullanımının incelendiği, fakat genel ve analitik bir çerçevenin henüz oluşmadığı görülmektedir. Mevcut çok sayıda araştırmaya rağmen bu araştırmalara ait bulguların SOKÜM unsurlarının turizmde kullanımı açısından neyi ortaya koyduğu, nasıl yorumlanması gerektiği, sonraki araştırmalara hangi açılardan ışık tuttuğu, başarılı örnekleri diğerlerinden ayırt eden farkın ne olduğu, başarısız örneklerin neden başarısız olduğu, şimdiye kadar hangi sorunların ne şekilde çözüldüğü, çözülemeyenlerin hangi paydaşın hangi görevi yerine getiremediği için çözülemediği gibi soruları cevaplamak için gerekli analitik bir çerçeve mevcut değildir.

Analitik bir çerçevenin henüz oluşturulamamış olması üzerinde durulması gereken bir konudur. Kültürel mirasın turizmde kullanımının pratik boyutu henüz yeni ve az çalışılmış bir inceleme olmasına rağmen, sorunun kökeni başka yerde olabilir. Kültürel mirasın turizmde kullanımı konusunun, alanyazınında, genel olarak *turizm sektöründe kullanım* olarak ele alındığı, turizmin otel, restoran, tur gibi farklı bağlamlarının, farklı paydaşlara göre işlevlerinin göz önüne alınmadığı görülmektedir. Bu eksiklik halkbilimi alanının *metin merkezli ve bağlam merkezli* kuram ve yöntemleri arasındaki farka benzemektedir. Metin merkezli paradigma, belli bir sözlü ürün hakkında sahadan derlenen metinler arasındaki fark ve benzerlikleri öne çıkaran bir yaklaşım iken; bağlam merkezli paradigma metinlerin değil, ürünlerin yaratılma ve aktarılma bağlamlarına odaklanır (Ekici, 2004). Kültürel değerlerin turizmde kullanımını inceleyen mevcut araştırmalar, genel olarak, metin merkezli paradigmayı andırmaktadır. Metinden yola çıkan anlayışın yansıması üründen yola çıkmaktır. Ürün merkezli yaklaşım olarak adlandırılan (Oğuz, 2007) bu tür araştırmalarda kültürel değerler, derin ve tarihsel bir öneme sahip oldukları için turizm sektöründe bir ürün olarak değerlendirilmeye çalışılmaktadır.

Bu anlayış otantiklik kavramı üzerine yapılan ve otantikliği nesnenin kendisinde arayan erken dönem tartışmalarını hatırlatmaktadır (Çokişler,

2018). Konu üzerine yapılan sonraki araştırmalarda *varoluşsal otantiklik* (Wang, 1999), *öznel otantiklik* (Su, 2018) ve *stratejik kullanım* (Bendix, 1989) gibi kavramların hem otantiklik kavramını hem de SOKÜM unsurlarının turizmde değerlendirilmesi olgusunu daha iyi açıklayabildiği görülmüş, turistlerin otantiklik arayışlarının öznel olduğu ve resmi otoritelerin onaylamadığı durumları, kolaylıkla, otantik olarak algılayabildikleri anlaşılmıştır (Wang, 1999; Çokişler, 2018). Konu SOKÜM unsurlarına sahip olan yerel halk açısından ele alındığında; gelenek uygulayıcıları sahip oldukları kültürel mirasın tarihi önemine kendi ihtiyaçları doğrultusunda içsel ve dışsal yeni değerler katabilmekte (Su, 2018) ve bu mirası aralarında ekonomik fayda elde etmek gibi kendileri açısından stratejik amaçlarla kullanabilmektedir (Bendix, 1989). Yani, otantikliğin turistlerin zihninde şekillenmesi örneğinde olduğu gibi, SOKÜM unsurlarının turizme konu edilmesinin de farklı paydaşları, farklı bağlamları ve farklı işlevleri vardır. Her turist, her işletme ve her paydaş farklı beklentiler içindedir. Bu boyutlar ürün merkezli araştırmalarda göz ardı edilmekte, konu *turizmde kullanım* şeklinde tek bir işlev ve bağlam etrafında ele alınmaktadır. Farklı paydaş, bağlam ve işlevlerin gözden kaçırılmasına neden olan ürün merkezli bakış açısının varlığı, genel bir çerçeve çizilememesine neden olmuş görünmektedir.

Geçmiş dönemlere ait kültürel unsurları eski bağlamlarıyla günümüzde korumaya ve yaşatmaya imkân olmadığının altını çizen Oğuz'a (2007) göre, kültürel mirası korumak için onu yaratan kültürel mekân da korunmalıdır. Bu görüş ürün odaklı yaklaşımların yetersizliğini dile getirmekte, mekânsal bağlamın dikkate alınması gerektiğini, mirasın üretim bağlamı açısından vurgulamaktadır. Miras unsurlarının turizmde kullanımını anlamak ve açıklayabilmek için ise daha kapsamlı bir analize imkân verecek bir yaklaşıma ihtiyaç vardır. Bu araştırmada, kültürel mirasın turizmde kullanımını analitik bir şekilde inceleyebilmek için, konunun; farklı paydaşlara göre, farklı bağlam ve işlevler açısından ele alınması gerektiği savunulmuş ve bu esasa uygun bir çerçeve önerilmiştir. Böylesi bir analitik yaklaşım sayesinde mevcut örneklerin hangi paydaşlar tarafından, nerelerde ve ne amaçlarla kullanıldığı, turizme konu edilemeyenlerin neden kullanılmadığı gibi soruların cevapları ortaya

çıkarılarak, miras unsurlarının turizmde kullanımı konusu daha sistematik bir şekilde incelenebilir.

KÜLTÜREL MİRASIN TURİZMDE KULLANIM İŞLEV VE BAĞLAMLARI: BİR ÇERÇEVE ÖNERİSİ

Kültürel mirasın turizmde kullanım amaçları ve kullanılabilmesi alanlar farklıdır. Araştırmada kullanım amaçları ‘işlev’ ve kullanım alanları ‘bağlam’ olarak adlandırılmıştır. İşlev ve bağlam merkezli bakış açısı Malinowski ve Bascom gibi antropoloji kökenli kültür araştırmacıları tarafından geliştirilen ‘Bağlam Merkezli Halkbilimi Kuram ve Yöntemleri’nden yola çıkarak araştırmacı tarafından geliştirilmiştir. Bağlam merkezli kuram ve yöntemler, insanın temel amacının bir organizma olarak bireysel ve toplumsal ihtiyaçlarını karşılamak olduğunu ve her türlü kültürel üretimin temelde böylesi bir işleve sahip olduğunu, bu nedenle de, öncelikli olarak onların yaratım ve işlev bağlamlarının göz önüne alınması gerektiğini savunmaktadır (Malinowski, 1992; Bascom, 2005). Kültürel unsurların turizmde kullanımı da benzer bir bakış açısıyla; ‘ne, kim tarafından, nerede, nasıl, ne zaman ve neden’ sorularının sorulmasıyla incelenebilir ve böylece analitik bir çerçeve oluşturulabilir.

Turizmde kullanılan kültürel miras açısından değerlendirildiğinde bu soruların karşılığı şu şekilde olacaktır:

Ne	: Hangi kültürel miras	Paydaş
Kim	: Kim tarafından	Paydaş
Nerede	: Hangi mekânda	Bağlam
Nasıl	: Ne tür bir ürün olarak	Bağlam
Ne zaman:	Hangi süreçte	Bağlam
Neden	: Hangi amaçla	İşlev

‘Ne’ ve ‘kim tarafından’ sorularına verilecek cevaplar paydaşları; ‘nerede’, ‘nasıl’ ve ‘ne zaman’ sorularının cevapları bağlamı; ‘neden’ sorusunun cevabı ise kültürel unsurların turizmde kullanım işlevlerini ortaya koyabilecektir. McKercher ve Du Cros’a (2002) göre turizme açılan bir mirasın; (1) kültürel mirasın kendisi, (2) o mirasın yaratıcısı ve aktarıcısı konumunda olan yerel halk, (3) mirası bir turistik ürün haline getiren ve piyasaya arzını sağlayan turizm işletmeleri ve (4) bu ürünü talep eden tüketiciler konumunda olan turistler olmak üzere dört ana paydaşı bulunmaktadır. Bu dört paydaş, önerilen çerçevede ‘ne’ ve ‘kim’ sorularının cevaplarına karşılık gelmektedir.

Nerede sorusu mekâna, nasıl sorusu biçim ve şekle, ne zaman sorusu ise sürece odaklı sorulardır. Yani, kültürel mirasın turizmde kullanım bağlamı; zaman, mekân ve süreç olmak üzere üç farklı odak açısından yapılacak analizin bütünü olarak değerlendirilebilir. Böylece, bir kültürel unsurun; hangi mekânlarda (nerede), nasıl bir süreç içinde (ne zaman) ve ne tür bir ürün olarak (nasıl) kullanıldığı ortaya konabilir. Neden sorusu ise sonuca ve elde edilmek istenen faydaya yönelik bir sorudur. Bu soruya verilecek cevaplarla, bir kültürel unsurun hangi işlevle turizme sunulduğu anlaşılabilir. O halde turizmde kullanım işlevi, farklı paydaşların istek ve beklentilerinin analizi olarak tanımlanabilir.

Kültürel Mirasın Turizmde Kullanım İşlevleri

McKercher ve Du Cros’a (2002) göre turizmde kullanılan bir kültürel mirasın; kültürel miras, yerel halk, turizm işletmeleri ve turistler olmak üzere dört paydaşı vardır. Beşinci bir paydaş olarak devlet de eklenebilir. Merkezi bir otoritenin olduğu bir düzende bu otorite, yani devlet, her alanda olduğu gibi kültür ve turizm politikaları alanında da az ya da çok söz sahibi bir konumdadır. Alanyazına dayanarak farklı paydaşlara göre işlevler şu şekilde özetlenebilir:

1. Kültürel Miras Açısından: Tanınma, Yaşatma
2. Yerel Halk Açısından: Ekonomik Fayda Sağlama, Geçmişle Bağ Kurma
3. Turist Açısından: Öğrenme/Deneyimleme, Eğlenme
4. Turizm İşletmeleri Açısından: Ekonomik Fayda Sağlama, Sosyal Sorumluluk
5. Devlet Açısından: Kültür ve turizm politikalarını hayata geçirme

1. Kültürel Miras Açısından

Konuyu akademinin gündemine taşıyan 2003 tarihli Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi’nde *koruma* teriminin “somut olmayan kültürel mirasın yaşayabilirliğini güvence altına almak” anlamına geldiği ve “kültürel mirasın değişik yanlarının canlandırılmasını” kapsadığı belirtilmektedir (Md.3). Sözleşmenin koruma ve canlandırma hedeflerinin, miras unsurlarının turizmde konu edilmesi açısından karşılığı *tanınma* ve *yaşatma* olarak özetlenebilir. Buradan hareketle, bir miras unsurunun turizmde konu edilmekten sağlayacağı

kazanım ve beklentileri, dolayısıyla da işlevleri *tanınma* ve *yaşatma* olarak özetlemek mümkündür.

Tanınma İşlevi:

2003 SOKÜM Sözleşmesi, miras unsurlarının yaşatılarak korunması anlayışını benimsemiştir ve yaşatarak koruma, mirasın görünür ve sürdürülebilir olması ile mümkündür (Ekici ve Fedakar, 2013). Bir mirasın görünür hale gelmesinin turizm perspektifinden karşılığı tanıtımdır. Nitekim UNESCO önderliğinde hazırlanmış çok sayıda belgede kültürel miras hakkında farkındalık yaratmanın yolu olarak turizm sektörü zikredilmektedir (Çokişler, 2018) Yani, turizm, kültürel mirasın daha geniş kitleler tarafından bilinmesini sağlamaktadır. Kültürel miras açısından değerlendirildiğinde, bu durum ‘tanınma işlevi’ olarak adlandırılabilir.

Yaşatma İşlevi:

Turizm bir kültürel unsuru tanınır (bilinir) hale getirirken, onun yaşaması için yeni bağlamlar ortaya çıkarır. Ancak, kültürel mirasın yaratılmasını ve aktarılmasını sağlayan koşullar çoğu zaman belli bir sosyal çevrede ortaya çıkan ihtiyaçlardır ve çevreye bağlı ihtiyaçlar teknolojik gelişmelerle birlikte hızla değişmekte, kültürel mirasın yaratım ve aktarım bağlamları da ortadan kalkmaktadır. Turizm, artık ihtiyaç kalmayan miras unsurlarına yeni yaşam alanları açmaktadır. Ancak kaybolmuş ya da kaybolmaya yüz tutmuş mirası ayakta tutmaya çalışmanın doğru olup olmadığı tartışmalı bir konudur. 2003 tarihli SOKÜM Sözleşmesi bunu bir amaç olarak ortaya koyarken, Shils’e göre, yeni kuşaklar eski gelenekleri “temsil etmekten vazgeçtikleri”, böylece de gelenekler bağlamlarını yitirdikleri için kaybolurlar. Bu nedenle kaybolmuş bir geleneği yeniden canlandırma çabası “beyhude bir çabadır” (Gürçayır 2011: 8). Yim de, ‘eski geleneklerin korunması yeni geleneklerin oluşmasını engellemeyecek midir, eski gelenekleri korumak için değişime ne kadar izin verilmelidir’ sorularını sorar (Gürçayır 2011: 9). Bu soruya Kirshenblatt-Gimblett “eğer gerçekten canlı ise korunmasına gerek yoktur; zaten ölmüşse, koruma yardım etmeyecektir” şeklinde cevap verir (Gürçayır 2011: 9). Tüm bu tartışmalara rağmen, turizmin, yaratım ve aktarım bağlamlarını değiştirerek miras unsurlarının ömrünü uzattığı bir gerçektir. Kültürel miras, artık yerel halkın değil, turizm sektörünün ihtiyaç ve beklentilerini karşılamak için yaşatılan

bir pratik haline gelmiş olsa da, kendine yeni yaşam alanları bulmuş olur. Bu nedenle, turizme konu edilen kültürel miras açısından turizmin ikinci işlevi ‘yaşatma işlevi’ olarak tespit edilebilir. Tüm tartışmalara rağmen tanınma ve yaşatma işlevleri turizm sektörünün varlık amacı ile uyumludur.

2. Yerel Halk Açısından

Yerel halk turizme konu edilen bir kültürel unsurun asıl sahibi konumundadır. Bu yüzden yerel halkın beklenti ve ihtiyaçlarının da göz önüne alınması gerekmektedir. 1972 tarihli Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına Dair Sözleşme tarihi yapıların, o bölgede yaşayan insan gruplarının ihtiyaçlarının karşılanacak şekilde korunması gereğinin altını çizen ilk uluslararası belgedir (Rodgers ve Van Oers, 2011). 2003 Sözleşmesi’nde kültürel mirasın ona sahip topluluklara süreklilik ve devamlılık duygusu verdiği (SOKÜM Sözleşmesi Md.2.1), 2005 Sözleşmesi’nde ise kültürel çeşitliliğin “topluluklar, halklar ve uluslar için sürdürülebilir kalkınmanın ana etkeni olduğu” vurgulanmıştır (Kültürel Çeşitlilik Sözleşmesi Dibace). Görüldüğü üzere, kültürel mirasın korunması ve yaşatılmasında ona sahip toplulukların maddi ve manevi ihtiyaçlarına özel bir önem atfedilmektedir. Kültürel mirasın yerel halkın maddi ihtiyaçlarını karşılama işlevi *ekonomik fayda sağlama*, manevi ihtiyaçları ise *geçmişle bağ kurma* işlevi olarak adlandırılabilir.

Ekonomik Fayda Sağlama İşlevi:

Turizmi dünyanın en hızlı büyüyen ve en fazla istihdam sağlayan sektör haline getiren özelliği, turistik bölgelere sağladığı ekonomik katkının hızı ve büyüklüğüdür (Hampton, 2005). Bir halk topluluğuna ait kültürel mirasın turizme açılması, kaçınılmaz olarak o kültürel değerın metalaşmasına neden olmaktadır. Bu konudaki akademik tartışmalar, kültürel değerın ona sahip toplumlar açısından anlamını yitirip yitirmediği yönündedir (Çokişler, 2019). Greenwood’a (1977: 137) göre, “kültürün, turistlerin üzerinde hak iddia edebildiği bir doğal kaynak ya da ticari mal olarak değerlendirilmesi, sadece ahlaksızlık değil, aynı zamanda halkların kültürel haklarının da ihlalidir”. Bendix’e göre ise (1989) kültürel miras yüzyıllardır yerel halk tarafından aralarında ekonomik gelir sağlama amaçlarının da olduğu çeşitli şekillerde kullanılabilir. Turizm

perspektifinden bakıldığında, turizme konu edilen bir miras unsurundan yerel halkın, en azından bir kısmının, ekonomik fayda sağlamadığı bir durum düşünülemez. Devam eden tartışmalara ve farklı görüşlere rağmen, kültürel mirasın turizme konu edilmesine yerel halk açısından bakıldığında ekonomik fayda en somut ve ilk sırada gelen işlevdir.

Geçmişle Bağ Kurma İşlevi:

Yerel halk açısından ekonomik fayda sağlama dışındaki diğer bütün işlevler soyut bir karakter taşımaktadır. Bu nedenle, kimlik oluşturma, kültürü yaşatarak geçmişle günümüz arasında bir köprü kurma, kendini bir topluma ait hissetme gibi tüm işlevler bu başlık altında toplanabilmektedir. Böylece, mirasın turizmde kullanılarak yaşamaya devam etmesi sayesinde geçmişle bağ kurma ve kültürü yaşatma işlevi, toplulukların manevi ihtiyaçlarına cevap veren işlevler olarak tanımlanabilir.

3. Turizm İşletmeleri Açısından

Kültürel değerlerin turizme açılması için turizm işletmeleri tarafından bir turistik ürüne dönüştürülmesi gerekmektedir. Turizm işletmeleri açısından kültürel unsurlar, sundukları turistik ürünlere değer katan yan ürünlerdir. Turizmde kullanılmaya başlanması ile turistik işletmeler de bir kültürel değer tanıtımı ve sahipliği konusunda söz sahibi konuma gelmektedir. Bu nedenle turizm işletmeleri konunun önemli bir paydaşı durumundadır. İşletmelerin kültürel değerleri turizme konu etme amaçlarını da maddi ve manevi kaynaklı motivasyonlar olarak ikiye ayırmak ve bunları *ekonomik fayda sağlama* ve *sosyal sorumluluk* işlevleri olarak adlandırmak mümkündür.

Ekonomik Fayda Sağlama İşlevi:

Kuruluş amacı gereği, yaptığı işten kâr elde ederek varlığını sürdürmek tüm işletmelerin birinci amacıdır. Bu nedenle işletmelerin kültürel unsurların turizme açılmasında birincil beklentileri, kaçınılmaz olarak, maddi karakterdedir ve ekonomik gelir elde etme işlevi, yerel halkta olduğu gibi, ilk sırada gelmektedir. Ancak, bu durumda, miras unsurlarının turizme açılması konusunda mevcut olan simbiyotik ilişki ortadan kalkmakta ve paydaşların istek ve beklentileri arasında çıkar çatışmaları yaşanabilmektedir. Örneğin, Karadeniz Bölgesi'ne tur düzenleyen

seyahat acentelerinin SOKÜM unsurlarının turizmde kullanımı konusuna bakış açılarının incelendiği bir araştırmada, acentelerin, turlarında, kendilerine en fazla ekstra gelir sağlama potansiyeline sahip ürünleri ön plana çıkardıkları tespit edilmiştir (Çokişler, 2015). Konuya sadece ticari kaygılarla bakılması, toplumsal kazanımlara değil, yeni sorunlara neden olmaktadır (Ekici, 2004). Buna rağmen, turizm işletmelerinin bu ve benzeri faaliyetlerinin önüne geçebilmenin, en azından şimdilik, mümkün olmadığı görülmekte; her türlü kültürel unsur, akla gelebilecek her türlü yolla ve ona az ya da çok sahip her insan ve işletme tarafından doğal bağlamının dışında kullanılabilir (Çokişler, 2018). Bu durum turizm sektörü için de geçerlidir. Bu nedenle ekonomik gelir sağlamak, kültürel değerlerin turizmde kullanılmasının turizm işletmeleri açısından temel işlev olarak değerlendirilebilir.

Sosyal Sorumluluk İşlevi:

Turizm işletmelerinin maddi olmayan motivasyonları ise yerel halkın manevi ihtiyaçları ile büyük oranda benzerdir. Bir ülkenin kültür ve turizm politikalarının her alanda devam ettirilmesinde işletmelerin de payı vardır. İşletmelerin maddi olmayan motivasyonları sosyal sorumluluk başlığı altında toplanabilmektedir. Miras unsurlarının turizme konu edilmesi açısından sosyal sorumluluk yerel halkın manevi beklentilerinin ulusal ve işletme ölçeğindeki karşılığı olarak düşünülebilir.

4. Turist Açısından

Turistler, turizme açılan kültürel değerlerin son kullanıcıları durumundadır ve onların beklenti ve istekleri yerel halktan ya da işletmelerinkinden farklıdır. Cohen'e (1988) göre turistlerin deneyim arayışları sadece eğlenceli vakit geçirmekten, varoluşsal sorulara cevap aramaya uzanan beş gruba ayrılabilir. Bu durumda turistler için önerilecek işlevler farklı turist tiplerinin beklentilerini karşılayabilmelidir. Farklı turist tipleri açısından ele alındığında *öğrenme/deneyimleme* ve *eğlenme* olmak üzere iki işlevden bahsedilebilir. Bu işlevlere, deneyimsel tüketimin dört boyutunu; eğitim, estetik, kaçış ve eğlence olarak ortaya koyan Pine ve Gilmore'un (1999) modelinin sadeleştirilmesi ile ulaşılmıştır.

Öğrenme/Deneyimleme:

Öğrenme amacıyla seyahate çıkmanın kökenleri 17 ve 18. yüzyıla dek uzanmaktadır. Bu dönemde özellikle İngiliz zengin aristokrat ailelere mensup gençlerin 1-3 yıl süren büyük bir Avrupa turuna çıkma nedenleri, bu gezilerin eğitimlerinin bir parçası olarak görülmesidir (Towner, 1985). II Dünya Savaşı'ndan sonra hızla gelişen kitle turizmi hareketleri, özellikle deniz kenarlarında yer alan turistik kasabaların, eğlence ve tema parklarının gelişmesini sağlamış, dönemin ruhuna uygun olarak, turizm, öncelikli olarak gündelik hayatın sıkıntılarından kaçmak için bir çare olarak görülmüş, bu düşünce, seyahatleri sırasında gittikleri yerlerin kültürel yapısıyla etkileşime geçmek isteyen turistlerin ortaya çıkmasıyla değişmeye başlamış ve internet teknolojilerinin gelişmesi ile de hız kazanmıştır (Falk vd., 2012). Son 50 yılda öğrenme üzerine yapılan araştırmalar öğrenmenin sadece eğitim kurumları ile sınırlı olmadığını, hayat boyu sürdüğünü ve resmi olmayan yollarla öğrenmenin kişilerin gelişimine aynı derecede katkıda bulunduğunu ortaya koymuştur (Broomhall vd., 2010). Turizm de hayat boyu öğrenme amacı için önemli bir mecradır (Werry, 2008) ve varış yerlerinin rakipleri karşısında avantaj elde edebilmesi için, turist beklentilerinde deneyim ve öğrenmenin önemi göz önüne alınmalıdır (Oh vd., 2007).

Turizm alanyazınında öğrenme, turistleri seyahate iten motivasyonlardan biri olarak görülmekte ve araştırılmaktadır. Pearce'ın Seyahat Kariyer Merdiveni Teorisine göre, turistleri seyahate iten 14 motivasyon faktörü bulunmaktadır ve bunlardan; kaçma/dinlenme, yeni olanın deneyimlenmesi ve ilişki kurma üzere üçü, değişik oranlarda, tüm turistler için ana motivasyon kaynağıdır ve gezi deneyimi çok olan turistler *kişisel gelişim* faktörüne daha fazla önem atfetmektedir (Pearce, 2005). Yani, turistlerin gezi deneyimi arttıkça öğrenmeye dayalı deneyim arayışları da artış göstermektedir (Falk vd., 2012). Turistlerin özellikle kültürel miras unsurlarını görmek için yaptıkları seyahatler turizm literatüründe kültürel turizm olarak anılmakta ve kültürel turizm, *deneyimleme* amacını ön plana çıkaracak şekilde “kişilerin kültürel gereksinimlerini karşılamak amacıyla, yeni bilgiler edinmek ve deneyimler yaşamak üzere, yaşadıkları yer dışında kültürel çekiciliklere sahip yerlere yaptıkları turizm hareketleri” olarak tanımlanmaktadır (Richards, 1996). Tanımda

geçen kültürel gereksinimlerin karşılanması ifadesinin turistler açısından karşılığı, kültürel mirası deneyimlemedir. Bu amaçla seyahat eden turistler, yerel halkla ve sosyal çevreyle kurdukları etkileşim sayesinde miras unsurlarını öğrenmiş/deneyimlemiş olurlar.

Eğlenme:

Halkbilimi ürünlerinin temel işlevlerinden biri eğlendirmedir (Bascom, 2005) ve eğlenme arayışı turistik davranışın önemli bileşenlerinden biridir (Cohen, 1988). Ancak, özellikle kültürel turizm bağlamında eğlenmenin önemi göz ardı edilmektedir (Hughes ve Benn, 1997). Gündelik hayatın sıkıntı ve rutininden kaçma motivasyonu, beraberinde otomatik olarak eğlenme ihtiyacını da getirmektedir. Bu nedenle kültürel unsurların tüketiminden turistlerin beklediği faydalardan biri de eğlenmedir.

5. Devlet Açısından

Turizm ve kültür politikalarının asıl belirleyicisi ve denetleyicisi devlettir. Bu tür politikalar milli birlik ve beraberliğin sağlanması açısından önemli olduğu gibi, hem ulusal hem uluslararası alanda miras unsurlarının tanıtılmasını sağlaması açısından da önemlidir. Farklı paydaşlar arasındaki koordinasyonu sağlamak, olası uyumsuzlukları ve çıkar çatışmalarını çözmek, makro politikaları belirlemek, özel sektör ve yerel yönetimlerin imkânlarını aşan projelerin hayata geçirilmesini sağlamak gibi görevler, devletin hem bir paydaş hem de paydaşlar üstü bir aktör olarak yerini ve önemini gösterir.

Genel olarak değerlendirildiğinde bu beş paydaş arasındaki ilişki simbiyotik bir karakterdedir; her birinin varlığı sistemin işleme için şart ve gereklidir. Bir halka ait kültürel mirasın turizmde kullanılabilmesi için, bu unsur turizm işletmeleri tarafından bir turistik ürün haline getirilerek turistlere sunulmalı, turizm ve kültür politikaları ise devlet tarafından belirlenmeli ve koordine edilmelidir. Zinciri oluşturan tüm halkaların beklenti ve önceliklerinin, dolayısıyla da kazanım hedeflerinin farklı olacağı açıktır. Bu nedenle hangi paydaş açısından bakıldığına göre işlevler de değişecektir.

Kültürel Mirasın Turizmde Kullanım Bağlıları

Kültürel unsurlar farklı mekânlarda, farklı süreçlerde ve farklı ürünler halinde turizme

açılmaktadır. Yukarıda bahsedilen işlevlerin hangi mekânlarda, hangi süreçlerde ve ne tür ürünler olarak kullanıldığı, turizmde kullanım bağlamı olarak değerlendirilebilir. Bir kültürel unsurun turizmde kullanımını incelemek için ‘nasıl, nerede ve ne zaman’ sorularının cevapları bilinmelidir. ‘Nasıl’ sorusu ürüne, ‘nerede’ sorusu mekâna ve ‘ne zaman’ sorusu sürece işaret eder ve böylece; ürün, mekân ve süreç odaklı olmak üzere üç farklı bağlam kültürel mirasın turizmde kullanım bağlamını oluşturur.

Kültürel unsurlar, turizm sektörünün kullanımına çeşitli ürünler halinde sunulabilmektedir. Ürün odaklı bağlamlar, yukarıda değinildiği üzere, hâlihazırda alanyazında en sık ele alınan bağlamdır. Miras unsurlarının turizmde ne tür bir ürün olarak kullanıldığı ‘nasıl’ sorusu ile ortaya konabilir. Ancak bu soru mekân ve süreç bağlamlarıyla birlikte ele alınmalıdır.

Turistlerin seyahatleri sırasında kendilerinin kullanımına sunulmuş kültürel miras unsurlarıyla karşılaştıkları yerler ‘mekân bağlamı’ olarak adlandırılabilir. Tüm mekânları kapsayacak detaylı bir çerçeve çizmek kolay olmamasına rağmen, turistlerin en çok vakit geçirdiği yerleri dikkate alarak genel bir çerçeve çizilebilir. Bu durumda ‘nerede’ sorusunun yanıtı; şehir merkezleri, turistik işletmeler ve müzeler şeklinde verilebilir ve bu üç yer mekân bağlamı açısından ele alınabilir.

Bir kültürel unsurun turizmde kullanımını tek bir başlık altında analiz etmek her zaman mümkün değildir. Turistik bir ürün haline gelmiş bir kültürel unsur, aynı mekânda, farklı şekillerde kullanılabilir. Bu çeşitliliği göz önüne alarak analiz edebilmeye imkân veren bir bağlama ve kaynaştırıcı bir fonksiyona ihtiyaç vardır. Ne zaman sorusunun cevabı olarak süreç bağlamı bu fonksiyona hizmet etmesi için önerilmiştir. Bu nedenle ‘süreç bağlamı’ ne zaman, nerede ve ne şekilde sorularının birden fazlasına cevap verebilecek bir bağlam olarak değerlendirilebilir.

1. Ürün Bağlamı

Ürün bağlamı hangi kültürel unsurların turizmde kullanıldığını ifade etmektedir. Daha önce dile getirildiği üzere, sadece ürüne odaklanan bir bakış açısı mevcut sorunlara cevap üretememektedir. Bu nedenle farklı paydaşların beklentileri, farklı mekân ve süreç bağlamları ile ortaya konmalıdır. Böylesi bir bağlam sayesinde; SOKÜM unsurlarından hangilerinin turizmde kullanımının,

hangi paydaşlar açısından daha avantajlı ya da dezavantajlı olduğu, hangilerinin ne tür mekân ve süreçler için daha uygun olduğu ve önerilen turistik ürünlerin hayata geçirilmesinin hangi paydaşların sorumluluğu olduğu ortaya konabilir.

2. Mekân Bağlamı

Turizme açılması istenen kültürel mirasın turistlerin kullanımına sunulabileceği yerleri, şehir merkezleri, turistik işletmeler ve müzeler olarak ele almak mümkündür.

Şehir Merkezleri ve Çevre Düzenlemeleri:

Şehir merkezleri ve çevre düzenlemeleri kültürel mirasın, turistik işletmeler dışında görünür hale getirilebileceği potansiyel yerleri ifade etmektedir. Kültür turizminin gelişmesi ile şehirler her türlü ziyaretçi için çeşitli çekicilikler sunabilen önemli birer varışyeri (destinasyon) haline gelmiş ve bu sayede *şehir turizmi* olarak anılan bir turizm türü doğmuştur (Jansen-Verbeke, 1986). Şehir turizmini tercih edenlerin otantik şehir yaşantısını deneyimleme arzusunda olmaları, turistik çekiciliklerle gündelik hayatı birbirine daha da yakınlaştırmıştır (Koens vd., 2018). Bu nedenle, şehir merkezleri ve çevre düzenlemeleri kültürel mirasın sadece turistler için değil, aynı zamanda yerel halk açısından da görünür ve ulaşılır kılmak gündelik hayatın bir parçası haline getirilmesini sağlayan önemli bir bağlamdır.

Şehir merkezleri ve çevre düzenlemeleri bağlamının alt başlıkları; kamu binaları, heykel ve anıtlar, reklam panoları ile park ve bahçeler olarak sıralanabilir. Kamu binaları işlevleri gereği çoğu zaman büyük, hantal yapılar ve sürekli göz önünde olmalarını sağlayan merkezi bir konuma sahiptirler. Bu nedenle yöresel mimarinin kullanımını için ideal bir mekân durumundadırlar. Heykel ve anıtların günümüzdeki kullanım amaçları değişmiş, şehir ve meydanların güzelleştirilmesinin yanında, kentlerin sahip oldukları kültürel değerlere dikkat çekmenin bir yolu olarak kullanılmaya başlanmıştır. Şehirler açısından yaratıcı birer reklam panosu işlevi gören heykel ve anıtlar, turistler için fotoğraf çekmeye zaman ayıracak bir yer haline gelmiştir, bu nedenle bir alt bağlam olarak değerlendirilebilirler. Şehir merkezlerinde ve otoyol kenarlarında yer alan reklam panoları da kültürel mirasın tanıtımının yapıldığı alanlar olarak kullanılmaktadır. Sıradan bir reklam dahi miras unsurları ile süslenerek daha ilgi çekici hale getirilebilmektedir. Bu yüzden,

turistlere iletilmek istenen mesajın aktarıldığı bir diğer alt bağlam olarak değerlendirilebilir. Şehir merkezi ve çevre düzenlemeleri bağlamının bir alt başlığı da park ve bahçeler olabilir. Bu sayede, şehir ortamlarında sergilenmesi kolay olmayan kırsal kesime ait unsurların, kısmen de olsa, daha doğal bir ortamda sergilenmeleri kolaylaştırılabilir.

Turistik İşletmeler:

Turistik işletmeler miras unsurlarını turistik bir ürün haline getiren ve turistlerin seyahatleri sırasında en çok kullandıkları işletmelerdir. Bu işletmelerden en başta gelenler; konaklama, yiyecek içecek ve seyahat işletmeleridir.

Seyahat işletmeleri kültürel mirası en net olarak düzenledikleri turlarda kullanmakta, hangi kültürel unsurların ön plana çıkarılacağına karar vermekte, bu nedenle de turistlerin kullanımına sunulan unsurlar için önemli bir karar verici konumunda yer almaktadırlar. Acentelerin turizme konu edilen miras unsurları üzerindeki önemli bir etkisi de turlarda görevlendirdikleri rehberlerdir. Acente tarafından masa başında planlanan turun hayata geçirilmesi turist rehberinin görevidir. Bu yüzden de turist rehberlerinin anlatımları da kültürel mirasın turizme konu edilebileceği bağlamlardan biri olarak düşünülebilir.

Miras unsurlarının kendine en geniş kullanım alanı bulabildiği alanlardan biri konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleridir. İşletmelerin mimarisinden mefruşatına, menülerinden çalınan müziğe ve düzenlenen kültürel animasyonlardan çalışan personele kadar çeşitli alanlar, miras unsurlarının ön plana çıkarılmasına olanak sağlar. Turistlerin yerel halkla teması her zaman mümkün ve kolay değildir. Bu işletmelerde çalışan personel, turist açısından, mirasın temsilcisi konumundadır. Dolayısıyla, tur rehberleri gibi işletmelerde çalışan personel de kültürel mirasın turistler tarafından deneyimlenmesine olanak veren bağlamlardan biri olarak değerlendirilebilir.

Müzeler:

Kültürel mirasın turizmde kullanımı hakkında yapılan çalışmaların büyük çoğunluğunu bu ürünlerin müzelenmesi oluşturmaktadır. Müzeler, turizme konu edilen kültürel mirasın en eski kullanım bağlamını oluşturmaktadır. Hangi tarz sergilemenin tercih edilmesi gerektiği tartışmalı olsa da (açık hava müzesi, yaşayan müze vb.) müzeler kültürel mirasın turizme konu edilmesi

açısından en eski ve en önemli bağlamlardan birini oluşturmaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde; Müzeler başlığı merkezi otoritenin, Şehircilik ve Çevre Düzenlemeleri konusu yerel yönetimlerin, Turistik İşletmeler konusu turizm sektörünün ilgi ve sorumluluk alanına girmektedir. Görüldüğü üzere, konu geniş kapsamlı olarak ele alınmalı ve sıkı bir işbirliği içinde yürütülmelidir. Bu nedenle; hâlihazırda turizme konu edilen kültürel miras unsurlarının ne tür mekanlarda, nasıl bir ürün olarak kullanıldığı, hangi işlevleri yerine getirme amacının önde geldiğini, ne tür unsurların turizme açılmak için ne tür bağlamlara gereksinim duyduğu ve bu bağlamların kimler tarafından nasıl geliştirilebileceği gibi sorulara, ürün ve mekan bağlamları sayesinde cevaplar üretilebilir.

3. Süreç Bağlamı

Kültürel miras kimi durumlarda, aynı mekânda farklı işlevlerle ve farklı ürünler olarak kullanılabilir. Bu tür durumları anlamak ve açıklayabilmek için, aynı anda birden fazla soruya cevap veren bir bağlama ihtiyaç vardır. Örneğin, geleneksel müziğin turizmde kullanıldığı bağlamlardan biri otellerdir. Ancak bir otelin restoranında çalınan müziklerle, aynı restoranda Türk Gecesi adıyla düzenlenen organizasyonlarda veya lobide çalınan müzikler farklı olacaktır. Bu nedenle ‘nerede’, ‘nasıl’ ve ‘ne zaman’ sorularından sadece birine cevap veren bir yaklaşım bu ayrımı net olarak ortaya koymak için yeterli değildir. Böylesi durumları da genel analiz çerçevesine oturtabilmeye imkân veren bir bağlam süreç bağlamı olarak adlandırılabilir ve tek bir paydaş, işlev ve bağlamla açıklanamayan durumlar hakkında daha net analizler yapılabilir. Bu haliyle süreç bağlamı farklı bağlam, paydaş ve işlevler arasında kaynaştırıcı bir role sahiptir. Yöresel ekmeğin turizmde kullanımını incelemek istediğimizi düşünelim. Vakfıkebir ekmeği Karadeniz Bölgesi’ne düzenlenen turlarda; restoran menülerinde, buzdolabı miknatısı şeklinde bir hediyelik eşya olarak, bir fırının ziyaret edilerek dileyenlerin satın almasına imkân tanıyacak bir ziyaret noktası olarak ve yol kenarına yerleştirilen devasa ekmeğin maketleri gibi çeşitli şekillerde turistlere sunulmaktadır. Bu denli farklı kullanımların tespiti ve analizi için tek bir bağlamın yeterli olmayacağı açıktır. Süreç bağlamı

sayesinde, farklı bağlamlar birlikte ele alınabilir ve farklı neden sonuç ilişkileri ortaya çıkarılabilir.

Süreç bağlamının bir diğer faydası, mekân ya da ürün olarak ele alınması güç bağlamları da genel analiz çerçevesine yerleştirebilmeye izin vermesidir. Örneğin, transfer ve turlar sırasında yapılan otobüs yolculukları, bu yolculuklarda transfer görevlileri ile tur rehberlerinin anlatımları, hatta otobüslerin içi ve şoförlerin kıyafetleri gibi çeşitli alanlar süreç bağlamı sayesinde bir alt bağlam olarak değerlendirilebilir ve analitik bir incelemeye konu edilebilir.

SONUÇ

Bu araştırmada, kültürel mirasın turizmde kullanımının ne şekilde incelenmesi gerektiğine yönelik mevcut alanyazında bir eksiklik olduğu, miras unsurlarının turizme konu edilmelerinin tek bir işlev ve tek bir bağlamda ele alındığı iddia edilmiş, bu anlayışın ürün merkezli bir bakış açısından kaynaklandığı ve farklı işlev ve bağlamları açıklamakta yetersiz kaldığı, dolayısıyla konunun analitik bir çerçevede ele alınmadığı, mevcut gözlemleri açıklayacak teoriler geliştirilemediği savunulmuştur.

Bu eksikliğin giderilmesi için turizmde kullanılan kültürel mirasın farklı paydaş ve işlevleri olduğu düşüncesine dayalı bir çerçeve önerilmiştir. Önerilen çerçevenin ana hatları, Bağlam Merkezli Halkbilimi Kuramlarından alınmıştır.

Araştırmada, Bağlam Merkezli Kuram ve Yöntemlere uygun olarak ‘ne, kim tarafından, neden, nasıl, nerede ve ne zaman’ sorularının sorulmasıyla bir çerçeve çizilmiştir. Buna göre; ‘ne’ ve ‘kim’ sorularının paydaşları, ‘neden’ sorusunun işlevleri, ‘nasıl’, ‘nerede’ ve ‘ne zaman’ sorularının bağlamları ortaya koyacağı açıklanmıştır. Bu düşünceye dayanarak, bir kültürel mirasın turizmde kullanımından paydaşların beklentileri ‘işlev’, farklı mekân, süreç ve ürünler şeklinde kullanımı ise ‘bağlam’ olarak adlandırılmıştır.

Önerilen beş farklı paydaşa, McKercher ve Cros’un (2002) dördümlü modeline Devlet’in de eklenmesiyle ulaşılmış, farklı paydaşlar açısından ele alındığında kültürel mirasın turizme konu edilmesinden beklenecek işlevlerin de farklı olacağı vurgulanmıştır. Bu işlevler kısaca, mirasın kendisi için tanınma ve yaşatma; yerel halk için geçmişle bağ kurma/kültürü yaşatma ve ekonomik

gelir sağlama; turistik işletmeler için ekonomik fayda sağlama ve sosyal sorumluluk; turistler için öğrenme/eğlenme ve deneyimleme; devlet açısından ise kültür ve turizm politikalarını hayata geçirme olarak sıralanmıştır.

Önerilen bağlamlara ise; ‘nasıl’, ‘nerede’ ve ‘ne zaman’ soruları sorularak ulaşılmış, bu sorulara verilecek cevapların sırasıyla, ürün, mekân ve süreç odaklı olduğu açıklanmış, bu yüzden, bir miras unsurunun turizmde kullanım bağlamı olarak üçünün birden ele alınması önerilmiştir.

Böylesi bir çerçeve sayesinde, kültürel miras unsurlarının yerine getirebileceği işlevler ve kullanılabileceği bağlamların mirasın niteliğine ve paydaşların beklentilerine göre nasıl değiştiği anlaşılabilir. Örneğin, İlyada ve Odyssea destanlarının metinlerini başka destan metinleri ile benzerlik ve farklılıklar açısından kıyaslama esasına dayalı bir araştırma metin (turizm açısından ürün) merkezli; Homeros’un destanlarını bir dinleyici kitlesi önünde çalıp söylediği, bu nedenle de destan metnini dinleyici kitlesinin beğeni ve beklentilerine göre şekillendirmiş olduğunun göz önüne alınması bağlam merkezli paradigmaya bir örnektir. Benzer şekilde, halk oyunlarının uzman bir ekip tarafından ve eksiksiz figürlerle oynanması gerektiğini savunmak ürün merkezli; kim tarafından oynanırsa oynansın, eğlenme ihtiyaçlarına cevap verdiği müddetçe turistleri ve dolayısıyla işletme sahiplerini mutlu etmeye yeteceği görüşü bağlam merkezli paradigmaya örnektir.

Böylesi bir yaklaşım, kültürel mirasın turizmde kullanımını konusunda karşılaşılan sorunları sistematik olarak anlamaya ve bulgulardan yola çıkarak genellemeler yapmaya imkân vermektedir. Hangi paydaşlar açısından ne tür işlev ve bağlamların öne çıktığı, hangi miras unsurunun hangi işlev ve bağlamlar için avantajlı ya da dezavantajlı olduğu gibi sorulara analitik cevaplar üretilebilir. Bunun için ilk adım, mevcut durumu anlamak olmalı, öncelikle, hangi kültürel unsurların hâlihazırda; hangi paydaşlar tarafından, hangi bağlamlarda ve hangi işlevlerle turistik ürün haline getirildiği tespit edilmelidir. Böylece konu hakkında akademik tartışmalarda öne sürülen çözüm önerilerinden hangilerinin uygulanabildiği, hangilerinin neden uygulanamadığı ve hangi paydaşlara ne tür görevler düştüğü anlaşılabilir. Bu sayede konu daha analitik bir çerçevede

tartışılabilir ve mevcut gözlemleri açıklayacak teoriler geliştirilebilir.

KAYNAKÇA

Bascom, W. (2005). Folklorun Dört İşlevi. M.Ö. Oğuz ve S. Gürçayır (Ed.), Halkbiliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 2 içinde (ss. 125-151), Ankara: Geleneksel Yayınları.

Bendix, R. (1989). Tourism and Cultural Displays: Inventing Traditions for Whom?. *Journal of American Folklore*, 102(404), ss. 131-146.

Broomhall, S, Pitman, T., Majocha, E. ve McEwan, J. (2010). Articulating Lifelong Learning in Tourism: Dialogue between Humanities Scholars and Travel Providers. Canberra: Australian Learning and Teaching Council.

Cohen, E. (1988). Authenticity and Commoditization in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(3), ss. 371-386.

Çevik, S. ve Saçılık, M.Y. (2016). Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarının Yenilikçi Turizm Ürünlerine Dönüştürülmesi: Bir Örnek Olay İncelemesi. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 47, ss. 331-341.

Çokişler, N. (2015). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Paket Turlarda Kullanımı Konusuna Seyahat Acentelerinin Bakış Açıları: Karadeniz Turları Örneği, I. Avrasya Uluslararası Turizm Kongresi Bildirileri (28-30 Mayıs 2015, Konya), ss. 28-30.

Çokişler, N. (2018). Kapadokyalı Teyzenin Savunması: Turizm Açısından Kültürel Mirasın Otantikliği Sorunu. *Millî Folklor*, 120, ss. 119-130.

Çokişler, N. (2019). Turizmin Kültürel Çevre Üzerine Etkileri. A. Türker ve G.Ö. Türker (Ed.), Güncel Turizm Sorunları içinde (ss. 51-66), Ankara: Detay Yayıncılık.

Demirbulat, Ö.G., Özdemir, S.S. ve Bozok, D. (2015). El Sanatları Ve Turizm İlişkisi Çerçevesinde Türk Halı Dokumacılığının UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesinde Yer Alan Örnekler Doğrultusunda Değerlendirilmesi, 14. Geleneksel Turizm Paneli Bildiriler Kitabı (15-16 Nisan 2015, Sakarya), ss. 564-579.

Ekici, M. (2003). Halk Bilim Araştırmalarında Üçüncü Boyut. *Millî Folklor*, 60, ss. 13-20.

Ekici, M. (2004). *Halk Bilgisi (Folklor) Derleme ve İnceleme Yöntemleri*. Ankara: Geleneksel Yayınları.

Ekici, M. ve Fedakar, P. (Kış 2013). “Ege Üniversitesi” Deneyimleriyle Somut Olmayan Kültürel Mirası “Yaşatarak Koruma”. *Millî Folklor*, 100, ss. 50-60.

Falk, J.H., Ballantyne, R., Packer, J. ve Benckendorff, P. (2012). Travel and Learning: A Neglected Tourism Research Area. *Annals of Tourism Research*, 39(2), ss. 908-927.

George, E. W. (2010). Intangible Cultural Heritage, Ownership, Copyrights, And Tourism. *International Journal Of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 40(4), ss. 376-388.

Goulding, C. (2000). The Commodification of the Past, Postmodern Pastiche, and the Search for Authentic Experiences at Contemporary Heritage Attractions. *European Journal of Marketing*, 34(7), ss. 835-853.

Greenwood, D.J. (1977). "Culture by the Pound: Anthropological Perspective on Tourism as Culture Commoditization", V.L. Smith (Ed.), *Hosts and Guests* içinde (ss. 129-138), Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Gürçayır, S. (2011). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi Üzerine Eleştirel Bir Okuma. *Millî Folklor*, 23(92), ss. 5-12.

Hampton, M.P. (2005). Heritage, Local Communities And Economic Development. *Annals of Tourism Research*, 32(3), ss. 735-759.

Hughes, H.L. ve Benn, D. (1997). Entertainment in Tourism: a Study of Visitors to Blackpool. *Managing Leisure*, 2(2), ss. 110-126.

Istenci, S.P. (2011). Texts and Contexts Of Folklorism". *Traditiones*, 40(3), ss. 51-73.

Jansen-Verbeke, M. (1986). Inner-City Tourism: Resources, Tourists and Promoters. *Annals of Tourism Research*, 13(1), ss. 79-100.

Koens, K., Postma A. ve Papp, B. (2018). Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability*, 10(12), ss. 1-15.

MacCannell, D. (1993). *Empty Meeting Grounds; the Tourist Papers*. London: Routledge.

Malinowski, B. K. (1992). *Bilimsel Bir Kültür Teorisi*. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

- McKercher, B. ve Du Cros, H. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management*. New York: Routledge.
- Mousavi, S.S., Dorathı, N. Mousavi, S.N. ve Moradiahari, F. (2016). Defining Cultural Tourism, International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development (1-2 Aralık 2016, Londra), ss. 70-75.
- Oğuz, Ö. (2007). Folklor ve Kültürel Mekân. *Millî Folklor*, 19(76), ss. 30-32.
- Oh, H., Fiore, A.M. ve Jeoung, M. (November 2007). Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications. *Journal of Travel Research*, 46, ss. 119-132.
- Öter, Z. (Yaz 2010). Türk El Sanatlarının Kültür Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. *Millî Folklor*, 86, ss. 174-185.
- Özdemir, N. (2008). Kültür Ekonomisi ve Türk Dünyası. *Folklor ve Etnografya Journalı*, 1, ss. 55-64.
- Özünel, E.Ö. (2012). Peri Bacalarına Sihirli Değnek: Nevşehir Turizminin Kültürel Animasyon ve Uygulamalı Halkbilimi Bağlamında Değerlendirilmesi. I. Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu Bildirileri (16-19 Kasım 2011, Nevşehir), ss. 93-102.
- Pearce, P.L. (2005). *Tourist Behaviour: Themes and Conceptual Schemes*. Clevedon: Channel View Publications.
- Pelit, E. ve Türkoğlu, T. (2020). Somut Olmayan Kültürel Miras Kaynaklarının Turizm Çekiciliği Kapsamında Değerlendirilmesi: Ebru Sanatı Örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(1), ss. 1-30.
- Pine, J. ve Gilmore, J.H. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. Massachusetts: Harvard Business Press.
- Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford: Cab International.
- Rodgers, A.P. ve Van Oers, R. (2011). Editorial: Bridging Cultural Heritage And Sustainable Development, *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 1(1), ss. 5-14.
- Rodzi, N.I.M., Zaki, S.A. ve Subli, S.M.H.S. (2013). Between Tourism and Intangible Cultural Heritage. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 85, ss. 411-420.
- Su, J. (2018). Conceptualising the Subjective Authenticity of Intangible Cultural Heritage. *International Journal of Heritage Studies*, 4(9), ss. 919-937.
- Towner, J. (1985). The Grand Tour: A Key Phase in the History of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 12(3), ss. 297-333.
- Türker, A. ve Çelik, İ. (2012). Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarının Turistik Ürün Olarak Geliştirilmesine Yönelik Alternatif Öneriler, *Yeni Fikir Dergisi*, 4(9), 86-98.
- Türker, A. ve Türker, G.Ö. (2016). Deneyimsel Pazarlamanın Halk Bilimi Ürünlerinde Kullanımı: Yaşayan Müze Örneği. *Akademik Bakış Dergisi*, 58, s. 702-716.
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage.
- Wang, N. (1999). Rethinking Authenticity in Tourism Experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), ss. 349-370.
- Werry, M. (2008). Pedagogy of/as/and Tourism: Or, Shameful Lessons. Review of Education, Pedagogy & Cultural Studies, 30(1), ss. 14-42.

Etik Onay

Bu çalışma, katılımcılardan birebir veri toplamayı gerektiren araştırma kapsamına girmediği ve veriler ikincil veri olarak elde edildiği için etik kurul onayı gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

Çıkar Çatışması

Bu çalışmada potansiyel bir çıkar çatışması yoktur.



ŞARAP ÜRETİMİNDE VERİ KALİTESİNE İLİŞKİN EKSİK VERİ SORUNLARININ DERİN ÖĞRENME İLE ÇÖZÜLMESİ: ÜRETİCİ ÇEKİŞMECİ AĞLARLA BİR UYGULAMA

Araştırma Makalesi

Şevhat DOĞER¹, Osman Avşar KURGUN²

ÖZET

Araştırmanın amacı şarap üretiminde veri kalitesini etkileyen eksik veri problemlerini çözmek için uygun yöntemin seçilmesi ve şarap üreten işletmeler için eksik veri problemleri karşısında başvurabilecekleri bir rehber oluşturmaktır. Bu amaç doğrultusunda şarapların kalite bakımından sınıflandırmasında kullanılan veri seti üzerinde bütünlüğü bozacak şekilde eksik veri problemi yaratılmış ve problemin çözümü için gerekli aşamalar analiz edilmiştir. Çalışmada eksik veri tamamlama görevi için üretici modeller sınıfına giren Üretici Çekişmeli Ağlar (GAN-Generative Adversarial Networks) algoritmasının geliştirilmiş versiyonu Wasserstein Üretici Çekişmeli Atama Ağları (WGAIN-Wasserstein Generative Adversarial Imputation Networks) kullanımı önerilmiştir. Bu yeni mimari, GAN’larda sıklıkla görülen problemlere karşı geliştirilmiş maliyet fonksiyonunun değiştirilmesi fikriyle oluşturulmuş ve atama probleminin benzersiz özellikleri ile başa çıkabileceği şekilde genelleştirilmiştir. Gerçek dünya veri kümesiyle yapılan deneyde, WGAIN için elde edilen hata karelerinin kök ortalaması (RMSE-Root Mean Square Error) değerleri ile diğer atama tekniklerinden önemli ölçüde daha iyi performans gösterdiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Veri Kalitesi, Eksik Veri, Wasserstein Üretici Çekişmeli Atama Ağları, Şarap Kalitesi.

JEL Sınıflama Kodları: C81, L15, L66

SOLVING MISSING DATA PROBLEMS RELATED TO DATA QUALITY IN WINE PRODUCTION BY DEEP LEARNING: AN APPLICATION WITH GENERATIVE ADVERSIAL NETWORKS

Research Article

ABSTRACT

The aim of the study is to select the appropriate method to solve the missing data problems affecting the data quality in wine production and to create a guide for wine producing businesses to refer to in the face of missing data

¹ Bilim Uzmanı, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Toplam Kalite Yönetimi Anabilim Dalı, Kalite Yönetimi Programı, sevhatdoger@gmail.com, orcid.org/0000-0001-9174-159X

² Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, avsar.kurgun@deu.edu.tr, orcid.org/0000-0002-2092-5292

Not: Bu makale Şevhat Doger’in Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Toplam Kalite Yönetimi Anabilim Dalı Kalite Yönetimi Programında yazdığı “Veri Kalitesinde Eksik Veri Sorunlarının Derin Öğrenme Yöntemi ile Çözülmesi: Üretici Çekişmeli Ağlar İle Bir Uygulama” isimli Yüksek Lisans Tezinden üretilmiştir.

“Doger, Ş. ve Kurgun, O. A. (2021). Şarap Üretiminde Veri Kalitesine İlişkin Eksik Veri Sorunlarının Derin Öğrenme ile Çözülmesi: Üretici Çekişmecici Ağlarla Bir Uygulama, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, Vol 5: No: 1, p.99-111, doi: 10.30625/ijctr.943818”

*Makale Gönderim Tarihi:*28.05.2021

*Kabul Tarihi:*13.06.2021

problems. For this purpose, an incomplete data problem was created on the data set used in classifying the wines in terms of quality, in a way that disrupts the integrity, and the necessary steps for the solution of the problem were analyzed. In the study, the use of Wasserstein Generative Adversial Networks (WGAIN), an improved version of the Generator Adversial Networks (GAN) algorithm, is proposed for the missing data completion task. This new architecture was created with the idea of changing the cost function developed against the problems common in GANs and generalized so that it can cope with the unique features of the assignment problem. In the experiment performed with the real world dataset, it was determined that the values of the Root Mean Square Error (RMSE) obtained for WGAIN performed significantly better than the other imputation techniques.

Keywords: Data Quality, Missing Data, Wasserstein Generative Adversial Imputation Networks, Wine Quality.

JEL Classification Code: C81, L15, L66

GİRİŞ

Veri kalitesi, belirli bir veri kümesinin ne kadar güvenilir olduğunu göstermektedir. İşletmeler yanlış, eksik ya da güncel olmayan verilerle karar aldıklarında, tüketicilerinin tercihlerini yansıtmayan strateji ve politikalarla yapılandırabilmektedirler. İşletmelerin veriye dayalı stratejilerinin hedefine ulaşması kullanılan verilerin kalitesine bağlıdır. Ancak işletmelerde kullanılan verilerin kalitesinin düşük ya da verilerin eksik olması önemli bir sorundur.

Şarap kalitesini değerlendirmek için fizikokimyasal ve duyuşal testler kullanılmaktadır. Şarapların sınıflandırılması, sürecin karmaşıklığı ve heterojenliği nedeniyle zor bir süreçtir. Şarapların sınıflandırılması ekonomik değeri belirlemek, kaliteyi korumak, karıştırılmaları engellemek ve işlemeyi kontrol etmek açısından hayati önem taşımaktadır. Şarap kalitesinin korunmasında bir uzmanın asitlik ve alkol bileşimi gibi bir dizi fizikokimyasal özellik kullanarak bir şarap örneğine vereceği derecelendirmeyi tahmin edebilmesi kritik değerdedir. Derecelendirmenin tahmin edilmesi şarapların sınıflandırılmasına yardımcı olmaktadır.

Veri setindeki bileşen değerleri şarap üretimi yapmak için gerekli bilgileri barındırmaktadır. Şarap uzmanı tarafından yedi puan ile takdir edilen bir şarabın bileşen değerleri bilinmediğinde aynı üretimi sürdürmek mümkün değildir. Kalite puanı üç olan şarap için bileşen değerleri bilinmediğinde düşük kalite şarap üretimi devam ettirilecektir. Şarap kalitesini etkileyen bileşenlerden pH, alkol ve yoğunluk değerlerinin bilinmemesi işletmenin kalite üzerinde kontrolünün olmadığı bir süreçte üretim yapmasına neden olacaktır. pH, alkol ve yoğunluk gibi kalite puanını etkileyen bileşenlerin değerinin bilinmesi üretimin hangi değerlerle yapıldığı ve nasıl yapılacağı hakkında bilgi verirken hedeflenen kalitede şarap üretiminin gerçekleşmesini sağlayacaktır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Veri Kalitesi

Veri (İngilizce ve Latince datum; data), ham (işlem yapılmamış) yani gerçek enformasyon parçasıdır. Ölçüm ya da sayım yöntemiyle elde edilen ve sayısal bir değer ifade eden veriler nicel, sayısal bir değer ifade etmeyen veriler nitel veriler olarak isimlendirilmektedir. Sembolik her gösterim gibi aslında veri de belirli bir nesne, birey ya da olguya yönelik bir soyutlama olarak ifade edilmektedir (Bosij, Chafey, Greasley ve Hickie, 2003: 4). Bir araya getirilmiş ve düzenlenmiş verilere enformasyon, enformasyonun hacim olarak küçük ancak kullanım değeri çok yükselmiş hali bilgi olarak ifade edilmektedir (Gürsakar, 2007: 9).

İstatistik veri kavramını, yorumlanma ve sunulma amacıyla toplanmış, çözümlenmiş ve özetlenmiş gerçekler olarak tanımlamaktadır. Nicel veriler kesikli ve sürekli olmak üzere iki türden oluşmaktadır. Kesikli veriler sayım yöntemiyle toplanır. Çoğunlukla sayma sayıları türünden ifade edilirler. Sürekli veriler ölçüm yoluyla toplanır. Gerçek (reel) sayılar türünden ifade edilirler. Nitel veriler ordinal ve nominal olmak üzere iki türden oluşmaktadır (Anderson, Sweeney ve Williams, 2011: 5).

Hatalı veriler nedeniyle alınan kararlar sadece yanıltıcı değil, aynı zamanda son derece maliyetlidir. Gartner'a göre, düşük veri kalitesinin kuruluşlar üzerindeki ortalama finansal etkisi yıllık 9,7 milyar dolardır. IBM, ABD'de işletmelerin, düşük veri kalitesi nedeniyle yılda 3,1 trilyon dolar kaybettiğini açıklamıştır (Gartner, 2018:1; IBM, 2019: 1). Veri kalitesi, temiz verilerin işletme için kullanılabilir ve yönetilebilir hale getirilmesi ile sağlanabilir. Yüksek kaliteli veriler veri entegrasyonunun gerçekleştirilmesine de olanak sağlamaktadır. Ayrıca veri kalitesi, kaliteli ve güvenilir kararların da anahtarı konumundadır.

Veri kalitesi kavramı; yönetim-bilişim sistemleri ve istatistik gibi branşların öncü olduğu çeşitli alanlarda kullanılmıştır. 1960'lı yılların sonlarına doğru veri kalitesiyle ilişkili problemlerin çözümüne yönelik ilk araştırmaları istatistikçiler gerçekleştirmişlerdir. 1990'lı yılların başındaysa, bilişim sistemlerinde araştırmalar yürüten uzmanlar veri ambarlarında ve veri depolarında depolanmış verilerin kalitesini tanımlamak, ölçmek ve iyileştirmek üzerine çalışmalar gerçekleştirmişlerdir (Batini ve Scannapieca, 2006: 5).

Veri kalitesi kavramı, giderek daha büyük elektronik veri setlerinin oluşması ve veriye dayanan yönetim kararlarından dolayı yeni boyutlar kazanmış ve böylelikle genişlemiştir. Bu bağlamda veri kalitesi problemleri de giderek daha önemli bir hal almıştır. Veri kalitesi problemlerinin çözümüne yönelik gerçekleştirilen bilimsel araştırmalar, farklı disiplinlerin bir araya gelmesini sağlamıştır (Karr, Sanil ve Banks, 2006: 137). Veri kalitesi, nitel ya da nicel bilgi parçalarının durumunu ifade etmektedir. Veriler operasyonlarda, karar verme ve planlamada amaçlanan kullanımlarına uygunsuzsa yüksek kaliteli olarak kabul edilmektedir (Redman, 2008: 16; Fadahunsi vd., 2019: 1).

Veri Kalitesi Boyutları

Veri kalitesi boyutları farklı yönlerden ele alınmaktadır. Çeşitli kuruluşlar veri kalitesini ölçmek ve iyileştirmek için farklı veri kalitesi boyutları tanımlamıştır.

Eurostat'ın 2000 yılında yayınladığı Standart Kalite Rapor'unda yedi veri kalitesi boyutu tanımlanmıştır. Bunlar; uygunluk (relevance), doğruluk (accuracy), güncellik ve dakiklik (timeliness and punctuality), ulaşılabilirlik ve açıklık (accessibility and clarity), karşılaştırılabilirlik (comparability), tutarlılık (consistency) ve bütünlüktür (completeness) (Eurostat, 2000: 2). Hollanda İstatistik Kurumu ise veri kalitesi boyutlarını şu biçimde belirlemiştir; maliyet etkinliği (cost effectiveness), uygunluk (relevance), doğruluk ve güvenilirlik (accuracy and reliability), güncellik ve dakiklik (timeliness and punctuality), tutarlılık (consistency) ve karşılaştırılabilirlik (coherence and comparability) ve ulaşılabilirlik ve açıklık (accessibility and clarity) (Statistics Netherlands, 2008: 3). Wand ve Wang (1996: 88) veri kalitesi boyutlarını; doğruluk

(accuracy), bütünlük (completeness), tutarlılık (consistency), güncellik (timeliness) ve güvenilirlik (reliability) olarak ifade etmişlerdir.

Çalışmada veri kalitesinin değerlendirilmesinde kullanılacak altı boyut seçilmiştir. Bu altı kalite boyutunun seçilmesinin nedeni yaklaşımların çoğunda ortak olması ve işletmelerde verilerin kalitesini belirlenmesinde sıklıkla kullanılan boyutlar olmasıdır. Araştırma için seçilen veri setine uygulanabiliyor olması boyutların seçilme nedenlerinden bir diğeridir. Söz konusu boyutlar şu biçimde açıklanabilir;

a. Geçerlilik: Kullanılan bir ölçüm aracı ölçülmek istenen özelliğe uygun ise, ölçülen veriler istenen özelliklerin niteliğini tam olarak yansıtıyorsa ve veriler amaca yönelik olarak yararlı ise geçerli olduğu kabul edilir (Şencan, 2005: 725).

b. Güvenilirlik: Güvenilirlik veri değerinin geçerli olup olmadığına bakılmaksızın benzer değere dönüşme süreci şeklinde tanımlanmaktadır. Bir veri kaynağının güvenilir olmasına rağmen geçerli olmaması mümkün olabilir (Scarbrick-Hauser ve Rouse, 2007: 164).

c. Tutarlılık: Bir veri kümesindeki veri değerlerinin, başka bir veri kümesindeki değerlerle tutarlı olmasını ifade etmektedir. Tutarlılık kuralını doğrulayan bir örnek, kurumsal bir hiyerarşi yapısı içinde, her müşteri temsilcisine atanan müşteri sayısının, şirketin tamamının sahip olduğu müşteri sayısını geçmemesi gerektiği şeklinde verilebilir (Loshin, 2006: 9). Tutarlılık, bir sistemde yönetilen verilerin belirtilen kısıtlamaları ya da iş kurallarını ne ölçüde karşıladığı olarak da tanımlanmaktadır (Sattler, 2009: 12).

d. Doğruluk: Doğruluk kavramsal olarak; istatistiksel tahminlerin, tahminledikleri kavramsal değerlere yakınlığı olarak tanımlanmaktadır (Brackstone, 2001: 16). Doğruluk, verilerin ne ölçüde doğru, güvenilir ve hatasız olarak sertifikalandırıldığı olarak da tanımlanmaktadır (Sattler, 2009: 46).

e. Güncellik: Bir veri çıktısının zamanında ulaşılabilir olup olmadığı bilgisine sahip olma anlamına gelmektedir (Wand ve Wang, 1996: 93). Güncellik, üzerinde çalışan görev için verinin elde edilebilirliğidir. Güncellik boyutunun, belli bir kullanım alanı için geç kalındığı için faydasız olan mevcut verilere sahip olunabileceği gerçeğini

yansıttığı ifade edilebilir (Batini ve Scannapieca, 2016: 29).

f. Bütünlük: Verinin üzerinde çalışılan görev için yeterli genişliğe, derinliğe ve kapsama sahip olma derecesi olarak tanımlanabilir (Batini ve Scannapieca, 2016: 28). İstatistik alanında bütünlük boyutu her bir veri kaydının tam (eksik veri olmadan) ya da bütün olması anlamına gelmektedir (Karr vd., 2006: 157).

Eksik Veri Kavramı ve Türleri

Belirli ya da tüm değişkenlerde eksik verilerinin olduğu veri setleri ve üzerinde çalışılan alanla ilgili problemlerin analizini zorlaştıran veri girişlerinin varlığı eksik veri olarak tanımlanmaktadır (Rubin, 1978: 20). İşlemsel olarak (ya da sezgisel olarak), gerçekleştirilecek spesifik analiz için anlamlı bir değer gizlenirse, bir değişken için bir değer eksik olarak tanımlanır (Raghunathan, 2016: 26). Eksik veriler, gözlemlenmesi durumunda analiz için anlamlı olabilecek gözlemlenmemiş değerlerdir; diğer bir deyişle, eksik bir değer anlamlı bir değeri gizler (Little ve Rubin, 2020: 4). Bu nedenle işletmelerde eksik veri sorununun çözümü katma değer içeren fırsatların ortaya çıkarılmasında rol oynamaktadır. Söz konusu rolün kritik önemi nedeniyle bu alanda araştırmacılar tarafından birçok bilimsel çalışma gerçekleştirilmiş ve çeşitli yaklaşımlar yapılandırılmıştır.

Literatürde en çok kullanılan eksik veri tanımlama sistemi Rubin (1976: 582) tarafından geliştirilmiştir. Rubin; eksik veri türlerini tamamen rastgele eksik veri (MCAR-Missing Completely At Random), rastgele eksik veri (MAR-Missing At Random) ve rassal olmayan eksik veri (MNAR-Missing Not At Random) olmak üzere üç grupta incelemiştir.

MCAR varsayımı, bir değişkende eksik veri bulunma olasılığının, bu değişkenin kendi değeriyle ya da veri setindeki diğer herhangi bir değişkenin değeriyle ilişkili olmadığında ortaya çıkan eksiklik türüdür. MAR varsayımı, bir değişkende eksik veri bulunma olasılığının, analizdeki diğer değişkenler kontrol altına alındığında, bu değişkenin kendi değeri ile ilişkisiz olduğunda ortaya çıkan eksiklik türüdür. Üçüncü eksik veri mekanizması, MNAR ya da göz ardı edilemeyen (non-ignorable) eksik veri mekanizmasıdır. MNAR mekanizması, bir değişkende eksik veri bulunma olasılığının değişkenin kendisine bağlı olduğunda ortaya çıkan

eksiklik türüdür (Little ve Rubin, 2014: 21). Bu türdeki eksik verilerin bulunduğu verilerle yapılan model geliştirme tahminleri genellikle hatalı çalışır. Bu mekanizmanın olasılıklı bir matematiksel formu kolay değildir, çünkü bu türdeki veriler MAR ya da MCAR değildir (Leke ve Marwala, 2019: 18).

Little ve Rubin (1987) yayınladıkları kitapta eksik veri nedeniyle meydana gelebilecek durumlara örnekler yardımı ile açıklık getirmeye çalışmışlardır. Bu çalışma eksik veri alanının ilk sistematik çalışması olarak önem taşımaktadır. Eksik veri analizi bu araştırmadan sonra daha yaygın bir hale gelmiştir.

1990'lı yıllardan itibaren çeşitli eksik veri tahmin yöntemleri geliştirilmiş ve birçok sektöre uygulanmıştır. 2000'li yıllarda ise araştırmacılar, eksik veri tahminleme işleminin sonuçlarından elde edilen değerlerin karar verme süreçleri üzerinde ne kadar hassas olduğunu irdelemeye başlamışlardır. Eksik veriyi tahminlemek amacıyla farklı yöntemler kullanılmaktadır. Örneğin, sinir ağları gibi yapay zeka yöntemleri ve evrimsel hesaplama algoritmaları gibi optimizasyon algoritmaları, eksik veri tahmini görevlerinde kullanılan yaklaşımlardan bazılarıdır (Dhlamini, Nelwamondo ve Marwala, 2006: 280-287; Nelwamondo ve Marwala, 2007; 1297-1306).

Klasik Eksik Veri Çözümleme Yöntemleri

Bir veri setinde verinin eksiklik durumuna bağlı olarak, istatistiksel yazılım paketlerinde kullanılan çeşitli veri atama teknikleri bulunmaktadır.

a. Liste Bazında Ya da Satır Bazında

Silme: Birçok istatistiksel yaklaşım veri setindeki sütunlardan herhangi birinin eksik veri girişine sahip olduğu durumlarda eksik verileri silme yoluna gitmektedir. Bu yaklaşım liste ya da satır bazında veri silme olarak adlandırılır ve eksik veri barındıran sütun ya da özellik değişkenindeki gözlemin veri setinden çıkarılması işlemidir. Bu yaklaşım veri setindeki eksik veri oranının az olduğu durumlarda uygulanabilir (Leke ve Marwala, 2019: 7).

b. Çiftler Bazında Silme: Çiftler bazında silme, bir gözlemin belirli bir analiz için gerekli bir değişkeninde eksik gözlem olduğu, ancak bu gözlemden eksik olmayan verilerin gerekli tüm değişkenlerin mevcut olduğu analizlere dahil edilmesini içerir (Enders, 2010: 41-42).

c. Aritmetik Ortalama-Mod ile Veri Yükleme: Bu yaklaşım, değişkendeki eksik verilerin eksik olmayan değerlerin ortalamasının ya da modunun değeri ile değiştirerek çalışmaktadır. Çiftler bazında veri silme yaklaşımı gibi eksik verilerin yerine kullanılan değerler ile sapmalı tahminlerin elde edilmesi olasılığı yüksektir (Allison, 2002: 37).

d. Eksik Veri Yerine Atama Yapmak: İstatistikte atama, eksik verilerin ikame edilmiş değerlerle değiştirilmesi, böylece eksik verilerin varlığından kaynaklanan olumsuzlukların ele alınması sürecidir. Atama teknikleri tekli ve çoklu atama olarak kategorize edilebilir. Tekli atama, eksik bir değer için sadece bir tahmini değerle değiştirilmesini içerirken, çoklu atamada ise eksik olan her bir girişin yerine bir M tahmini değer seti yerleştirilir (Graham, 2012: 8).

d.a. Tekli Atama Yöntemleri: Tekli atama yöntemlerinde veri kümelerindeki eksik değerler bilinen başka gözlem değerleriyle değiştirilmektedir. Beklenti Maksimizasyon-Beklenti En Büyükleme (EM-Expectation-maximization) yöntemi, eksik veri içeren olasılıklı yöntemlerde parametre tahmini için tasarlanmış model tabanlı bir atama tekniğidir. Beklenti maksimizasyonu, beklenti adımı (E) ve maksimizasyon (M) adımı olarak iki adımın art arda tekrarlanmasıyla gerçekleşir. E-adımı modelde eksik verinin tamamlanması üzerine parametrelerin o anki tahminlerini kullanarak bir logaritmik olasılık fonksiyonu oluşturur. M adımı parametre değerlerini logaritmik olasılık fonksiyonunu maksimize edecek şekilde günceller. Yani bu iki adımın her biri diğerinin girdisini hesaplayarak birbirini besler. EM adımları tahmindeki hata miktarı belirli bir oranın altına düşene kadar yinelenir (Dempster, Laird ve Rubin, 1977: 1). Sıcak-Soğuk Deste Atama yöntemi ise eksik verileri doldurmanın diğer bir yoludur ve rastgele seçilen değerler kullanılmaktadır. Atama gözlenen veriden rastgele bir değer seçilmesiyle sıcak deste (hot deck) ya da benzer değişkenleri içeren başka bir veri setinden seçilmesiyle soğuk deste (cold deck) ile gerçekleştirilebilir (Çilingirtürk ve Aktaş, 2010: 76-77). Sıcak ya da soğuk deste atama, basitliklerinden dolayı popülerdir ve verilere uyması için kullanılan model hakkında güçlü varsayımlar yapmaya gerek yoktur. Öte yandan, atama stratejisinin eksik veri

kümesine göre sapmalarda bir azalmaya yol açmayacağı da belirtilmiştir (Leke ve Marwala, 2019: 9).

d.b. Regresyon Yöntemi: Regresyon ile atama yönteminde veri setindeki eksik veriler, eksik veri içermeyen diğer veriler kullanılarak kurulan bir regresyon denklemine göre bulunmaktadır. Regresyon denklemi, eksik veri içeren değişkenin tamamlanan, eksik veri içermeyen diğer değişkenlerin ise tamamlayıcı konumunda olacağı şekilde kurulur. Tamamlanan değişkende eksik olan gözlemler, diğer değişkenlere ait değerlerin bu denklemde yerine konulmasıyla tahmin edilirler (Buuren, 2012: 64).

d.c. Çoklu Atama Yöntemi (MI-Multiple Imputation): Çoklu atamada regresyonla atama işlemi birden fazla kez tekrarlanarak her bir veri kümesi daha sonra kullanılmak üzere saklanır. Elde edilen tüm verilerin hata miktarları hesaplanır. Ardından bu verilerin ortalamaları alınarak gerçek veri kümesi elde edilir. Buradaki tek ayrıntı standart hatanın hesaplanması sırasında iki veri kümesinin birleştirilmesi için iki standart hata miktarı toplanıp karekökleri alınır. Kısacası çoklu atama, daha iyi sonuç elde etmek için regresyonla atamanın birden fazla yapılması olarak düşünülebilir (Şeker ve Eşmekaya, 2017: 15).

Eksik Veri Çözümleme Yöntemleri

Bir veri setinde verinin eksiklik durumuna bağlı olarak, istatistiksel yazılım paketlerinde kullanılan çeşitli veri atama teknikleri bulunmaktadır. Bu teknikler, satır boyunca veri silme ve daha hassas yapay zekâ ve istatistiksel yöntemlerin uygulanmasıyla karakterize edilen yaklaşımlara geçme gibi temel yaklaşımları içerir. Çalışmada eksik veri çözümleme yöntemleri olarak makine öğrenmesi ve derin öğrenme modelleri ele alınmıştır.

a. Makine Öğrenmesi Yaklaşımıyla

Makine öğrenimi kapsamında yer alan atama yöntemleri, eksik verilerinin yerine kullanılacak değeri tahminlemek için model oluşturmayı kapsayan karmaşık yöntemlerdir. Makine öğrenimi modelleri veri kümesindeki var olan bilgileri temel alarak eksik veriyi tahminlemek amacıyla bir model üretmektedirler. Bu yöntemler ağaç (karar ağaçları, rastgele orman) ya da biyolojik temelli (yapay sinir ağları) olabilirler.

Karar ağaçları, verileri sınıflandırma ya da regresyon analizi için tutarlı kümelere ayırmayı amaçlayan denetimli öğrenme modelleridir. Karar ağacı varsayılan olarak döngüsel ve bir kök düğümü, yaprak düğümleri, iç düğümler ve kenarlardan oluşur. Eksik veri tahmini görevini gerçekleştirmek için karar ağaçlarının kullanılması, eksik veri girişlerine sahip her değişken için bir ağaç oluşturmayı gerektirir. Bu değişken, girdi değişken kümesinin bir parçasını oluşturan gerçek sınıf etiketine sahip sınıf etiketi olarak kabul edilir. Ağacın inşası bilinen sınıf etiketlerine sahip kayıtlar kullanılarak yapılır ve eksik veri girişlerine karşılık gelen bir ağaç ile değiştirilir (Twala ve Cartwright 2010: 300).

Yapay sinir ağları, verileri biyolojik sinir sisteminin yaptığı gibi işlemek için olasılıklı bir model kullanmaktadır (Abdella ve Marwala, 2005a: 598). İnsan beyni böyle bir sisteme çok iyi bir örnektir. Nöronlar birbirine bağlıdır ve bu bağlantıların doğası da ağıın performansını etkiler. Bir sinir ağının temel işlem birimi, bir nöron olarak adlandırılan yapıdır (Ming-Hau 2010: 711). Abdella ve Marwala (2005b: 577), yapay sinir ağları modelini kullanarak eksik verileri hesaplamıştır. Yapay sinir ağları modeli veri setinin özel olarak modellenmesinde yani giriş katman değeri ile çıkış katman değeri aynı olacak şekilde oluşturulmuştur.

b. Derin Üretici Model Yaklaşımıyla

Hiyerarşik öğrenme ya da derin yapılandırılmış öğrenme olarak da adlandırılan derin öğrenme, geleneksel göreve özgü yöntemlerin aksine, veri temsillerini öğrenmeye dayanan geniş makine öğrenme teknikleri ailesinin bir parçasını oluşturur (Bengio, LeCun ve Hinton, 2015: 436). Derin üretici modeller, genellikle gizli alanı temsil eden rastgele bir değişkenden veri noktalarının örneklenmesine izin veren tüm olası verilerin (örneğin, yüz görüntüleri) alanı üzerinde bir dağılımı tanımlamaktadır. Derin üretici modeller derin sinir ağları kullanarak veri dağılımını parametreleştirmekte ve görüntü üretimde etkileyici sonuçlar elde etmektedirler (Brock, Donahue ve Simonyan, 2018: 2). Eksik veri atamalarında iki ana tip derin üretici model kullanılmaktadır: Varyasyonel Oto-Kodlayıcılar (VAE-Variational Autoencoder) ve Üretici Çekişmeli Ağlar (GAN-Generative Adversial Networks).

VAE, etkin veri kodlamalarını denetimsiz bir şekilde öğrenmek için kullanılan bir tür yapay sinir ağıdır (Kingma ve Welling, 2014: 3). VAE, eksik veri problemlerine uyarlamaya yönelik bir yaklaşım, modele keyfi şartlandırma getirmektedir. Gözlemlenen verilerin keyfi olarak bir alt kümede koşullandırıldığı varyasyonel oto-kodlayıcıya dayanan tek bir nöral olasılık modelini kullanmaktadır (Ivanov, Figurnov ve Vetrov, 2019: 3). GAN bilgisayarların bir değil iki ayrı sinir ağı kullanarak gerçekçi veriler üretmesini sağlayan bir tekniktir. GAN'lar veri oluşturmak için kullanılan ilk bilgisayar programları olmamasına karşın, sonuçları ve çok yönlülüğü bu tekniği diğer tekniklerden ayırmaktadır. GAN'lar eşzamanlı olarak eğitilmiş iki modelden oluşan bir makine öğrenmesi teknikleri sınıfıdır; biri (üretici) sahte veriler üretmek için eğitilirken, diğeri (ayırıcı) sahte verileri gerçek örnek verilerinden ayırt etmek için eğitilmektedir (Goodfellow vd., 2014: 2672).

Ayırıcının örnekleri gerçekten sınıflandırmadığı GAN şemasının değiştirilmesiyle Wasserstein Üretici Çekişmeli Ağ (Wasserstein GAN-WGAN) mimarisi elde edilebilmektedir. Bu yöntemde, her örnek için çıktı olarak bir sayı verilmektedir. Bu sayının 1'den az ya da 0' dan daha büyük olması gerekmez, bu nedenle bir örneğin gerçek ya da sahte olup olmadığına karar vermek için 0,5 eşik olarak kullanılmamaktadır. Ayırıcının eğitimi, sahte örneklerin çıktılarını büyütme yerine gerçek örneklerin çıktılarını (sınıflandırmalarını) büyütme çalışmaktadır (Arjovsky, Chintala ve Bottou, 2017: 21). GAIN modeli, GAN mimarisindeki üretici ve çekişmeli ağları kullanmaktadır. Ancak üretici ve ayırıcı ağlarının veri üretme ve üretilen veriyi ayırt etme görevleri eksik veri atama ve atanan gözlemlerin ayırt edilmesi görevini yerine getirmek için değiştirilmiştir.

GAIN modelinde üretici; veri matrisindeki eksik gözlemlerin yerine atama işlemini, eksik olmayan gözlemlerden oluşan veri matrisinin şartlı olasılık dağılımına göre yapmaktadır. Ayırıcı, daha sonra tamamlanmış veri matrisini alır ve hangi değerlerin gerçek hangi değerlerin atanmış değerler olduğunu belirlemeye çalışır (Yoon, Jordon ve Van Der Schaar, 2018: 5689). GAIN modeli temel alınarak, Wasserstein GAN mimarisinin özelleştirilmiş türü eksik veri atama yönteminde kullanılmıştır. Bu yöntem WGAIN olarak isimlendirilmiştir.

ŞARAP ÜRETİMİNDE VERİ KALİTESİNİ ETKİLEYEN EKSİK VERİ PROBLEMLERİNİN ÇÖZÜMLENMESİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Uygulamanın Amacı ve Önemi

Uygulamanın amacı; şarap üretimi gerçekleştiren bir işletmede kaliteli şarap üretmek için gerekli olan değişkenlerin eksik değerlere sahip olması durumunda bir derin öğrenme algoritması olan GAIN algoritması ve maliyet fonksiyonu değiştirilerek oluşturulan WGAIN algoritması ile eksik değerlerin tamamlanması daha sonra bu algoritmaların performansının diğer eksik veri çözümlene yöntemlerinden Beklenti Maksimizasyonu (EM-Expectation Maximization), Çoklu Atama (MI- Multiple Imputation) ve Karar Ağaçları (DT-Decision Trees) algoritmalarıyla kıyaslayarak işletmenin sahip olduğu veri setinin veri kalitesini hangi yöntem seçilirse iyileştirilebileceğini göstermeye çalışmaktır. Uygulamanın önemi ise söz konusu işletmelerin şarap kalitesini artırmada yararlanabileceği kaliteli veri setinin elde edilmesinde GAN tabanlı algoritmaların kullanılması ve şarap üreten işletmelere eksik veri problemlerini çözmelerine yönelik olarak bir rehber sunulmasıdır.

Uygulamanın Kapsamı

Yapılan uygulamanın kapsamı; Portekiz "Vinho Verde" şarabının kırmızı çeşidiyle ilgili sınırlandırılmıştır. Bu veri seti, sınıflandırma ya da regresyon görevleri için kullanılmaktadır. Gizlilik ve lojistik konulardan dolayı, sadece fizikokimyasal (girişler) ve duyuşsal (çıkıtı) değişkenler mevcuttur (örneğin; üzüm türleri, şarap markası, şarap satış fiyatı vb. hakkında veri bulunmamaktadır) (Cortez, Cerdeira, Almeida, Matos ve Reis 2009: 547). Ayrıca veri setinde yapay olarak oluşturulan eksiklik mekanizma türleri MCAR ve MAR türünde eksiklik mekanizmalarıdır. MNAR türünde eksiklik mekanizması çalışma kapsamı dışında bırakılmıştır.

Son olarak eksik veri çözümlene yöntemlerinden EM, MI ve Karar Ağaçları çözümlene yöntemleri kullanılmış, makine öğrenmesi algoritmaları başlığı altında tanıtılan Yapay Sinir Ağları (YSA-Artificial Neural Network) kapsamı dışında bırakılmıştır. YSA ile yapılan eksik veri

çözümlene çalışmaları veri setinin özel olarak modellenmesinde yani giriş katman değeri ile çıkış katman değeri aynı olacak şekilde oluşturulması işlemlerinden oluşmaktadır. Sinir ağlarının giriş ve çıkış katmanlarının ayarlanması, test ve eğitim veri setlerine ayrılması gibi özel ayarlar ek olarak yapılır. Ancak GAIN ve WGAIN algoritması veri setleri üzerinde modelleme yapılmadan kullanıldığından YSA kapsamı dışında bırakılmıştır.

Veri Seti

Veri seti, UCI Makine Öğrenimi Havuzu'ndan (UCI-University of California Irvine Machine Learning Repository-Kaliforniya Üniversitesi Irvin Makine Öğrenmesi Havuzu) alınmıştır (Cortez vd., 2009: 547). Eksik veri mekanizmaları ve eksiklik oranları, R programlama dilinde bulunan mice isimli kütüphanenin ampute fonksiyonu kullanılarak yapılmıştır. Bu fonksiyon özellikle eksik veri yöntemlerinin değerlendirilmesinde yararlı olmakla birlikte, planlanan eksik veri tasarımlarının oluşturulması, ölçüm hatasının istatistiksel çıkarımlar üzerindeki etkisinin incelenmesi ve çoklu kaynak verileri alanındaki araştırmalar için de kullanılmaktadır (Schouten, Lugtig ve Vink, 2018: 1). İki tür eksik veri mekanizmasında (MCAR ve MAR) sırasıyla %10, %20, %30, %40, %50 oranlarında eksik değerler oluşturulmuştur.

Veri Setinde Eksik Verilerin Rassallığının Test Edilmesi

Eksik değerlere sahip çok değişkenli verilerle karşılaşıldığında sıklıkla ortaya çıkan bir sorun, eksik verilerin MCAR olup olmadığıdır; diğer bir deyişle, eksikliğin veri kümesindeki değişkenlere ilişkisine dair bilginin bilinmemesidir. Eksik veri çözümlene yöntemlerinin performansı, temeldeki eksik veri mekanizmasına bağlıdır (Little, 1988: 1198). Çalışma kapsamında veri setinde yapay olarak oluşturulan eksiklik mekanizmalarının türü Little'ın MCAR testi kullanılarak test edilmiştir (Little, 1988: 1200). İki eksik veri mekanizması için ve %10 seviyesindeki eksiklik oranları test edilmiş ve eksiklik oranının test sonuçları Tablo 1 ve Tablo 2'de gösterilmiştir. Tablo 1 %10 oranında eksikliğe sahip şarap kalitesini sınıflandırmak için kullanılan veri setine uygulanan Little'ın MCAR testi sonuçlarını göstermektedir.

Tablo 1: Little'ın MCAR Testi Bilgilerini İçeren Çıktı Tablo. MCAR Türünde ve %10 Eksiklik Oranında Veri Setine Ait Test Sonuçları

Beklenti Maksimizasyon Ortalamaları (EM Means)										
Sabit asit	Uçucu asit	Sitrik asit	Artık Şeker	Klorür	Serbest Kükürt Dioksit	Toplam Kükürt Dioksit	Yoğunluk	pH	Sülfat	Alkol
8,3292	,52605	,2713	2,52793	,0878	15,91	46,55	,9968	3,3005	,6574	10,4141
a. Little'ın MCAR testi: Ki-kare= 1418,710, Serbestlik Derecesi = 1454, Sig. = ,741										

Tablo 1'de Little'ın MCAR testinin sonuçları EM ortalamaları tahmin tablosundan okunmaktadır. Little'ın MCAR testi için sıfır hipotezi (H_0), verilerin MCAR olmasıdır. Eksik değerler içeren veri setinde anlamlılık değeri Sig.=0,741>0,05'ten büyük olduğu için H_0 rededilemez. Yani eksik

verilerin oluşturduğu mekanizma MCAR'dır. Tablo 2 %10 oranında eksikliğe sahip şarap kalitesini sınıflandırmak için kullanılan veri setine uygulanan Little'ın MCAR testi sonuçlarını göstermektedir.

Tablo 2: Little'ın MCAR Testi Bilgilerini İçeren Çıktı Tablo. MAR Türünde ve %10 Eksiklik Oranında Veri Setine Ait Test Sonuçları

Beklenti Maksimizasyon Ortalamaları (EM Means)										
Sabit asit	Uçucu asit	Sitrik asit	Artık Şeker	Klorür	Serbest Kükürt Dioksit	Toplam Kükürt Dioksit	Yoğunluk	pH	Sülfat	Alkol
8,3208	,5281	,2697	2,5117	,0866	15,91	46,54	,9968	3,3105	,6561	10,4112
a. Little'ın MCAR testi: Ki-kare = 3972,301, Serbestlik Derecesi = 1682, Sig. = ,001										

Tablo 2'de Little'ın MCAR testinin sonuçları EM ortalamaları tahmin tablosundan okunmaktadır. Little'ın MCAR testi için sıfır hipotezi (H_0), verilerin MCAR olmasıdır. Eksik değerler içeren veri setinde anlamlılık değeri Sig.=,001<0,05'ten **Değerlendirme Yöntemi**

Eksik veri çözümlene yöntemlerinin amacı eksik verilerin bulunduğu veri setlerinden istatistiksel olarak geçerli çıkarımların elde edilmesini sağlayacak tam veri setlerini oluşturmaktır. Dolayısıyla atama yöntemlerinin kalitesi bu amaç doğrultusunda değerlendirilir. Araştırma konusu için seçilmiş değerlendirme kriteri RMSE'dir (Root Mean Square Error-Hata Karelerinin Kök Ortalaması).

RMSE, tahmin edilen değerler ile gerçek değerler arasındaki uzaklığı ölçen bir metriktir. RMSE değerlendirme kriterinin seçilmesinin nedeni eksik veri çözümlene yöntemlerinin performansını değerlendirmek için literatürde sıklıkla bu yöntemin kullanılmış olmasıdır (Buuren, 2018: 57). Ayrıca GAIN algoritmasının performansı RMSE kullanılarak test edilmiştir (Yoon ve diğerleri, 2018: 5696).

küçük olduğu için eksik verilerin oluşturduğu mekanizma MCAR değildir. Yani sıfır hipotezi (H_0) rededilir. MAR türünde eksiklik mekanizması vardır.

Kullanılan Yazılımlar ve Ortam

WGAIN algoritması GAIN algoritmasıyla ve diğer atama yöntemleriyle kıyaslanmıştır. Seçilen atama yöntemleri MissForest, MICE, ve Amelia II kütüphanelerindeki yöntemlerdir.

Amelia II R programlama dilinde bulunan EM yaklaşımını kullanarak atama yapılmasını sağlayan bir paket yazılımdır. MissForest R programlama dilinde bulunan ve Karar Ağaçları temelli çalışan atama yöntemi paket yazılımdır (Stekhoven, 2013: 1). MICE ise çoklu atama yapılmasını sağlayan R programlama dilinde bulunan bir paket yazılımdır (Buuren, 2019: 1). WGAIN ve GAIN algoritması Python programlama dili ve bir Derin Öğrenme Kütüphanesi olan Tensorflow kullanılarak Google'ın Makine Öğrenmesi ve Derin Öğrenme uygulamalarının çalıştırılabildiği Colab isimli bulut tabanlı sanal makine ortamı kullanılarak çalıştırılmıştır.

Eksik Veri Çözümleme Yöntemlerinin Karşılaştırılması

Eksik veri tamamlama yöntemleri MCAR ve MAR türündeki eksik veri mekanizmasında ve %10, %20, %30, %40 ve %50 eksiklik oranlarındaki veri seti üzerinde tekrarlı olarak denenmiştir. Toplamda

beş deneme yapılmış olup ortalama RMSE değerleri MCAR eksiklik mekanizması için Tablo 3’de, MAR eksiklik mekanizması için Tablo 4’de gösterilmiştir. Düşük RMSE değeri daha iyi performans göstergesidir ve bunu belirtmek için kalın yazı tipinde gösterilmiştir.

Tablo 3: MCAR Eksik Veri Mekanizmasında Eksik Veri Tamamlama Yöntemlerinin RMSE Değerlerini Gösteren Sonuç Tablosu

Algoritmalar	MCAR Türünde Eksiklik Yüzdeleri				
	% 10	% 20	% 30	% 40	% 50
WGAIN	0,0790	0,0870	0,1043	0,1137	0,1309
GAIN	0,0900	0,0950	0,1108	0,1223	0,1314
MissForest	0,1210	0,1217	0,1229	0,1244	0,1318
MICE	0,1038	0,1397	0,1653	0,1665	0,2008
EM	0,1911	0,1856	0,191	0,1983	0,2013

Tablo 4: MAR Eksik Veri Mekanizmasında Eksik Veri Tamamlama Yöntemlerinin RMSE Değerlerini Gösteren Sonuç Tablosu

Algoritmalar	MAR Türünde Eksiklik Yüzdeleri				
	% 10	% 20	% 30	% 40	% 50
WGAIN	0,1148	0,1209	0,1288	0,1369	0,1398
GAIN	0,1204	0,1262	0,1307	0,1393	0,1465
MissForest	0,1392	0,13484	0,13246	0,1434	0,1502
MICE	0,1367	0,1345	0,1673	0,21	0,1918
EM	0,2015	0,1951	0,2034	0,2197	0,1983

Tablo 3 ve 4 incelendiğinde atama yöntemlerinin performansının değişiklik gösterdiği ve MCAR eksiklik mekanizmasında ve %10, %20, %30, %40 ve %50 oranındaki eksiklik oranlarında WGAIN algoritmasının diğer çözümleme yöntemlerine göre daha düşük RMSE değerine sahip olduğu gözlenmiştir. MAR eksiklik mekanizmasında ve %10, %20, %30, %40 ve %50 eksiklik oranlarında WGAIN algoritmasının diğer çözümleme yöntemlerine göre daha düşük RMSE değerine sahip olduğu gözlenmiştir.

Yukarıda özetlenen RMSE değerleri, eksik değerlere sahip veri seti ile kaliteli şarap üretmek isteyen bir işletmenin, üretim öncesi eksiksiz veri setine ihtiyacı olacağından, seçmesi gereken algoritmanın MCAR ve MAR eksiklik mekanizması için WGAIN algoritması olması

gerektiğini göstermektedir. Farklı eksiklik mekanizması ve eksiklik yüzdelerinde seçilmesi gereken algoritmalar kalite sınıflandırması için gerekli olan değişken değerlerinin belirlenmesini sağlayacaktır. Değişkenlerin eksiksiz ve az hata payı ile atanmış değerlere sahip olması olası kalitesiz şarap üretimini engelleyecektir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Veri kalitesi, belirli bir veri kümesinin ne kadar güvenilir olduğunu göstermektedir. İşletmeler yanlış, eksik ya da güncel olmayan veriler üzerine kararlar alabilmektedirler. Bu kararlar sonucunda tüketicilerinin tercihlerini yansıtmayan stratejiler ya da politikalar yürütme riskiyle karşı karşıya kalabilmektedirler. İşletmelerin veriye dayalı stratejilerinin hedefine ulaşması kullanılan verilerin kalitesine bağlıdır. Ancak, işletmelerde

kullanılan verilerin kalitesinin düşük ve verilerin eksik olması önemli bir sorundur.

Bu çalışmada istatistiksel analiz öncesi eksik veri analiz teknikleri ile bilgisayar bilimleri alanındaki veri kalitesi metodolojisi bütünlük boyutu kapsamında birleştirilerek, şarap kalitesi isimli veri setinin kalitesini iyileştirmek için gerçekleştirilmesi gereken tüm aşamalar incelenmiştir. Şarap kalitesini değerlendirmek için fizikokimyasal ve duyuşal testler kullanılmaktadır. Şarapların sınıflandırılması kolay bir süreç değildir. Şarapların sınıflandırılması; şarap ürünlerinin ekonomik değerini belirlemek, şarapların kalitesini korumak, şarapların karıştırılmasını engellemek ve işlem süreçlerini kontrol etmek açısından büyük önem taşımaktadır. Şarap kalitesi isimli veri setini kullanan işletmenin amacı, bir uzmanın asitlik ve alkol bileşimi gibi bir dizi fizikokimyasal özellik kullanarak bir şarap örneğine vereceği derecelendirmeyi tahmin etmektir. Derecelendirmenin tahmin edilmesi şarap sınıflandırmasına yardımcı olmaktadır.

Veri setindeki bileşen değerleri şarap üretimi yapmak için gerekli bilgileri barındırmaktadır. Şarap uzmanı tarafından yedi puan alan bir şarabın bileşen değerleri bilinmediğinde aynı üretimi yapmak mümkün olmayacaktır. Kalite puanı üç olan şarap için de bileşen değerleri bilinmediğinde aynı kalitede şarap üretimi tekrarlanacaktır. Şarap kalitesini etkileyen bileşenlerden pH, alkol ve yoğunluk bileşen değerlerinin bilinmemesi işletmenin üzerinde kontrolünün olmadığı bir süreçle üretim yapmasına neden olacaktır. pH, alkol ve yoğunluk gibi kalite puanını etkileyen bileşenlerin değerinin bilinmesi üretimin hangi değerlerle yapıldığı ve nasıl yapılacağı hakkında bilgi verirken hedeflenen kalitede şarap üretiminin gerçekleşmesini sağlayacaktır.

Bu çalışmanın konusunu oluşturan şarap veri kalitesinin iyileştirilmesi üzerine yapılan uygulamada ilk olarak; tam veri seti üzerinde yapay olarak MCAR ve MAR eksiklik mekanizmalarında %10' dan %50' ye kadar oranlarda eksik değerler yaratılmıştır. Böylece işletmenin karşılaşılabileceği eksik veri problemlerinin türleri ve veri setindeki eksiklik oranları kurgulanmıştır.

Uygulamanın ikinci aşamasında veri setindeki eksik değerler, beklenti maksimizasyonu, karar ağaçları, çoklu atama yöntemleri, GAIN ve

geliştirilmiş versiyonu WGAIN tamamlanmıştır. Elde edilen yeni veri seti orijinal veri setiyle gerçek değerlere yakınlığının ölçülmesi bakımından hesaplanmıştır. Bu hesaplama için RMSE değerlendirme yöntemine başvurulmuştur. Daha sonra elde edilen RMSE değerleri tablo gösterimi ve görsel çıktı yardımıyla uygun yöntemin MCAR ve MAR eksiklik mekanizmasında çalışma performansı gösterilmiştir. RMSE yönteminin kullanıldığı aşama, işletmelerin atama sonrası veri setinin kalitesini değerlendirmesi bakımından önemli bir aşamadır. Ayrıca RMSE, eksik değerler tam veri setlerinde yapay olarak oluşturulmasına rağmen, doğal nedenlerden eksik değerlere sahip veri setlerinde problemin çözümü için kullanılan yöntemin kalitesini ölçmek için de kullanılabilir.

Analiz sonuçlarında WGAIN'in performansının en yakın iki yöntemden belirgin bir şekilde daha iyi performans gösterdiği tespit edilmiştir. Bunun nedeni gözlemlenen verilerde bilginin azalmasıyla (daha fazla eksik değer olması nedeniyle) kullanılan yöntemlerde atama kalitesi daha önemli hale gelmekte ve WGAIN'in değişen eksiklik oranlarına rağmen önemli ölçüde kaliteli atama yapmasıdır. WGAIN hem kalite puanı bilinen ancak değişken değerleri eksik bir şarabın üretim değerlerinin bilinmesini çok az hata ile sağlayacak hem de kalite puanı bilinmeyen ve değişken değerleri eksik şarabın üretim değerlerinin bilinmesini yine çok az hata ile sağlayarak şarap sınıflandırılmasını mümkün kılacaktır.

Bu çalışmada eksik veri tamamlama görevi için üretici modeller sınıfına giren GAIN algoritmasının geliştirilmiş versiyonu WGAIN'in kullanımı önerilmiştir. Bu yeni mimari, GAN'larda sıklıkla görülen problemlere karşı geliştirilmiş maliyet fonksiyonunun değiştirilmesi fikriyle oluşturulmuştur ve atama probleminin benzersiz özellikleri ile başa çıkabileceği şekilde geliştirilmiştir. Gerçek dünya veri kümesiyle yapılan deneyde, WGAIN için elde edilen RMSE değerleri ile diğer atama tekniklerinden önemli ölçüde daha iyi performans gösterdiği tespit edilmiştir. Atama için yeni, en etkili atama tekniğinin geliştirilmesi farklı sektörde faaliyet gösteren işletmelerde dönüştürücü etkilere sahip olabilir. Gelecekteki çalışmalarda, WGAIN'in performansının daha büyük veri setlerinde ve farklı

mimariler kullanılarak araştırılması önemli katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Abdella, M. ve Marwala, T. (2005a). Treatment Of Missing Data Using Neural Networks. *In: Proceedings Of The IEEE International Joint Conference On Neural Networks*. 1: 598–603.

Abdella, M. ve Marwala, T. (2005b). The Use Of Genetic Algorithms And Neural Networks To Approximate Missing Data In Database. *IEEE 3rd International Conference On Computational Cybernetics*. 24: 577–589.

Allison, P. D. (2002). Missing Data. University of Pennsylvania, USA: Sage Publications.

Anderson, D. R., Sweeney, D.J. ve Williams, T.A. (2011). Statistics For Business And Economics. Boston: Cengage Learning.

Arjovsky, M., Chintala, S. ve Bottou, L. (2017). Wasserstein GAN. *Courant Institute Of Mathematical Sciences: Facebook AI Research*. 1-32.

Batini, C. ve Scannapieca, M. (2016). Data And Information Quality: Dimensions, Principles And Techniques. Switzerland: Springer International Publishing.

Batini, C. ve Scannapieca, M. (2006). Data Quality: Concepts, Methodologies And Techniques. Berlin: Springer Verlag.

Bengio, Y., LeCun, Y. ve Hinton, G. (2015). Deep Learning. *Nature*. 521 (7553): 436–444.

Bosij, P., Chafey, D., Greasley, A. ve Hickie, S. (2003). *Business Information Systems: Technology, Development and Management*. London: Pearson.

Brackstone, G. (2001). Managing Data Quality: The Accuracy Dimension. *International Conference on Quality In Official Statistics*. 2(3): 16-32.

Brock, A., Donahue, J. ve Simonyan, K. (2018). Large Scale GAN Training For High Fidelity Natural Image Synthesis. *In: ArXiv abs/1809.11096*. 1-35.

Buuren, S. V. (2019). *Multivariate Imputation by Chained Equations*. Version: 3.7.0. <https://cran.r-project.org/web/packages/mice/index.html>, Erişim Tarihi: 25.04.2020.

Buuren, S. V. (2018). Flexible Imputation of Missing Data. New York: CRC Press.

Buuren, S. V. (2012). Flexible Imputation Of Missing Data. New York: CRC Press.

Cortez, P., Cerdeira, A., Almeida, F., Matos, T. ve Reis, J. (2009). Modeling Wine Preferences By Data Mining From Physicochemical Properties. *In Decision Support Systems. Elsevier*. 47(4): 547-553.

Çilingirtürk, A. M. ve Altaş, D. (2010). Makro İktisat Verilerinde Kayıp Verilerin Regresyona Dayalı En Yakın Komşu ‘Hot Deck’ Yöntemi İle Tamamlanması. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 25(2): 76-77.

Dempster, A. P., Laird, N. M. ve Rubin, D. B. (1977). Maximum Likelihood From Incomplete Data Via The EM Algorithm. *Journal Of The Royal Statistical Society*. 39(1): 1-38.

Dhlamini, S. M., Nelwamondo, F. V. ve Marwala, T. (2006). Condition Monitoring Of HV Bushings In The Presence Of Missing Data Using Evolutionary Computing. *Transactions On Power Systems*. 1(2): 280–287.

Enders, C. K. (2010). Applied Missing Data Analysis. New York: Guilford Press.

Eurostat. Standart Quality Report. (2000). <http://www.unecce.org/stats/documents/2000/11/metis/crp.3.e.pdf>, Erişim Tarihi: 17.12.2019.

Fadahunsi, K. P., Akinlua, J. T., O'Connor, S., Wark, P. A., Gallagher, J., Carroll, C., Majeed, A. ve O'Donoghue, J. (2019). Protocol For A Systematic Review And Qualitative Synthesis Of Information Quality Frameworks In eHealth. *BMJ Open*. 9(3): 1-5.

Gartner. (2018). *How to Create a Business Case for Data Quality Improvement*. <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/how-to-create-a-business-case-for-data-quality-improvement/>, Erişim Tarihi: 20.06.2020.

Goodfellow, I., Jean, P. A., Mehdi, M., Bing, X., David, W. F., Ozair, S. C. ve Aaron, B. Y. (2014). Generative Adversarial Networks. *Proceedings of the International Conference on Neural Information Processing Systems*. 2672–2680.

Graham, J. W. (2012). Missing Data: Analysis and Design. Germany: Springer.

Gürsakal, N. (2007). Betimsel İstatistik. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

IBM. (2019). *Big Data And Analytics Hub*. <https://www.ibmbigdatahub.com/infographic/>

- extracting-business-value-4-vs-big-data, Erişim Tarihi: 20.06.2020.
- Ivanov, O., Figurnov, M. ve Vetrov, D. (2019). Variational Autoencoder with Arbitrary Conditioning. In: *International Conference On Learning Representations*. 1-25.
- Karr, A. F., Sanil A. P. ve Banks, D. L. (2006). Data Quality: A Statistical Perspective. *Statistical Methodology*. 3: 137-173.
- Kingma, D. ve Welling, M. (2014). Auto-Encoding Variational Bayes. *International Conference on Learning Representations*. 1-14.
- Leke, C. A. ve Marwala., T. (2019), Deep Learning and Missing Data in Engineering Systems, *Studies in Big Data* 48. Switzerland: Springer Nature AG.
- Little, R. J. A. (1988). A Test of Missing Completely at Random for Multivariate Data with Missing Values. *Journal of the American Statistical Association*. 83 (404): 1198–1202.
- Little, R. ve Rubin, D. (2020) *Statistical Analysis with Missing Data*. New York: John Wiley & Sons.
- Little, R. ve Rubin, D. (2014). *Statistical Analysis With Missing Data*. New York: Wiley.
- Little, R. J. A. ve Rubin, D. B. (1987). *Statistical Analysis With Missing Data*. New York: Wiley.
- Loshin, D. (2006). *Monitoring Data Quality Performance Using Data Quality Metrics*. USA: Informatica.
- Ming-Hau, C. (2010). Pattern Recognition Of Business Failure By Autoassociative Neural Networks In Considering The Missing Values. *International Computer Symposium*. 711–715.
- Nelwamondo, F. V. ve Marwala, T. (2007). Handling Missing Data From Heteroskedastic And Nonstationary Data. *Lecture Notes In Computer Science*. 4491(1): 1297–1306.
- Raghunathan, T. (2016). *Missing Data Analysis in Practice*. New York: Chapman and Hall/CRC.
- Redman, T. C. (2008). *Data Driven: Profiting From Your Most Important Business Asset*. Massachusetts: Harvard Business Press.
- Rubin, D. (1978). Multiple Imputations In Sample Surveys A Phenomenological Bayesian Approach To Nonresponse. *Proceedings Of The Survey Research Methods Section Of The American Statistical Association*. 1: 20–34.
- Rubin, D. B. (1976). Inference and Missing Data. *Biometrika*. 63(3): 581-592.
- Sattler, K. (2009) *Data Quality Dimensions*. Encyclopedia Of Database Systems. Boston: Springer.
- Scarlsbrick-Hauser, A. ve Rouse, C. (2007). The Whole Truth And Nothing But The Truth? The Role of Data Quality Today. *Direct Marketing An International Journal*. 1(3): 161-171.
- Schouten, R., Lugtig, P. ve Vink, G. (2018). Generating Missing Values For Simulation Purposes: A Multivariate Amputation Procedure. *Journal of Statistical Computation and Simulation*. 1-22.
- Statistics Netherlands. (2008). *Quality Declarations of Statistics Netherlands*. <http://www.cbs.nl/en-GB/menu/organisatie/kwaliteitsverklaring/default.htm>, Erişim Tarihi: 16.12.2019.
- Stekhoven, D. J . (2013). *Nonparametric Missing Value Imputation Using Random Forest*. <https://rdrr.io/cran/missForest/man/missForest.html> , Erişim Tarihi: 25.04.2020.
- Şeker, Ş. E. ve Eşmekaya, E. (2017). Eksik Verilerin Tamamlanması. *YBS Ansiklopedi*. 4(3): 10-17.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlilik*. Ankara: Seçkin Kitabevi.
- Twala, B. ve Cartwright, M. (2010). Ensemble Missing Data Techniques For Software Effort Prediction. *Intelligent Data Analysis*. 14(3): 299–331.
- Wand, Y. ve Wang, R. Y. (1996). Anchoring Data Quality Dimensions In Ontological Foundations. *Communications of the ACM*. 39(11): 86–95.
- Yoon, J., Jordon, J. ve Van Der Schaar, M. (2018). GAIN: Missing Data Imputation using Generative Adversarial Nets. *Proceedings of the 35th International Conference on Machine Learning*. 80: 5689-5698.

Etik Onay

Bu çalışma, katılımcılardan birebir veri toplamayı gerektiren araştırma kapsamına girmediği ve veriler ikincil veri olarak elde edildiği için etik kurul onayı gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

Araştırmacıların Katkı Oranı

Yazarlar çalışmaya eşit katkıda bulunmuştur.

Çıkar Çatışması

Bu çalışmada potansiyel bir çıkar çatışması yoktur.