



ULUSLARARASI TÜRK DÜNYASI TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

INTERNATIONAL JOURNAL OF TURKISH WORLD TOURISM RESEARCH



Cilt: 7 Sayı: 1 / Haziran 2022
Vol: 7 No: 1 / June 2022

ISSN: 2587-1080

Sahibi / Owner

Prof. Dr. Ahmet Hamdi TOPAL

Rektör / Rector

Editör / Editor

Prof. Dr. Alptekin SÖKMEN

Editör Yardımcıları / Assistant Editor

Doç. Dr. Burhan SEVİM

Doç. Dr. Canan TANRISEVER

Doç. Dr. Alev SÖKMEN

Dr. Öğr. Üyesi Hasan Evrim ARICI

Dr. Emrah YAŞARSOY

Dr. Çağdaş AYDIN

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Abdullah KARAMAN

Prof. Dr. Ali UZUN

Prof. Dr. Asım SALDAMLI

Prof. Dr. Belgin AYDINTAN

Prof. Dr. Celil ÇAKICI

Prof. Dr. Cihan TANRIÖVEN

Prof. Dr. Dursun BİNGÖL

Prof. Dr. Enver AYDOĞAN

Prof. Dr. Ercan SIRAKAYA

Prof. Dr. Evren GÜÇER

Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ

Prof. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK

Prof. Dr. Hasan KILIÇ

Prof. Dr. Hüseyin ARASLI

Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU

Prof. Dr. Kemal ÇELİK

Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA

Prof. Dr. Kutay OKTAY

Prof. Dr. Mehmet Ali KÖSEOĞLU

Prof. Dr. Mehmet ALTINÖZ

Prof. Dr. Mehmet BAŞ
Prof. Dr. Metehan TOLON
Prof. Dr. Mithat ÜNER
Prof. Dr. Muharrem ÇETİN
Prof. Dr. Muzaffer UYSAL
Prof. Dr. Nazmi KOZAK
Prof. Dr. Oktay EMİR
Prof. Dr. Orhan BATMAN
Prof. Dr. Yaşar SARI
Prof. Dr. Yavuz DEMİREL
Doç. Dr. Aydoğın AYDOĞDU
Doç. Dr. Mahmut DEMİR
Doç. Dr. Gonca GÜZEL ŞAHİN
Doç. Dr. Şule TUZLUKAYA

Hazırlayan / Preparer

Dr. Emrah YAŞARSOY
Dr. Çağdaş AYDIN

Kapak Tasarım / Cover Design

Ramazan YAŞAR

Bu dergi DergiPark tarafından taranmaktadır. **DergiPark** This journal is indexed by DergiPark. **AKADEMİK**
ISSN: 2587-1080

İndeksler / Index



SOBIAD

INTERNATIONAL
Scientific Indexing



td Türkiye
Turizm Dizini

J-Gate

Bilgindex
Promoting the World

İletişim Bilgileri / Contact Information

Editör / Editor

İsim Soyisim / Name Surname: Alptekin SÖKMEN

E-posta / E-mail: tdtad@kastamonu.edu.tr

Adres / Address: Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, 37100, Kastamonu / Türkiye

SAYI HAKEMLERİ

	Unvan, Ad, Soyad	Kurum
1	Prof. Dr. Aydın YILMAZER	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
2	Prof. Dr. Cafer TOPALOĞLU	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
3	Doç. Dr. Cenk Murat KOÇOĞLU	Karabük Üniversitesi
4	Doç. Dr. Doğan KUTUKIZ	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
5	Doç. Dr. Mehmet Han ERGÜVEN	Kırklareli Üniversitesi
6	Doç. Dr. Tolga GÖK	Selçuk Üniversitesi
7	Dr. Öğr. Üyesi Aykut ŞİMŞEK	Kastamonu Üniversitesi
8	Dr. Öğr. Üyesi Aysun GARGACI KINAY	Sinop Üniversitesi
9	Dr. Öğr. Üyesi Burçin KIRLAR CAN	Pamukkale Üniversitesi
10	Dr. Öğr. Üyesi Çağla ÖZBEK	Toros Üniversitesi
11	Dr. Öğr. Üyesi Sonay KAYGALAK ÇELEBİ	Batman Üniversitesi
12	Dr. Beybala TİMUR	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
13	Dr. Sema EKİNCEK	Anadolu Üniversitesi

İÇİNDEKİLER

Derleme

Turist Rehberliği Programlarındaki Öğretim Elemanlarına ve Öğretim Planlarına Yönelik Bir Değerlendirme 1

Doç. Dr. Lütfi ATAY

Arş. Gör. Alparslan GÜVENÇ

Sedat BOZDOĞAN

Araştırma Makalesi

The Determination of the Status of Turkey in the Medical Tourism Market in Accordance with the Demands of Health Tourist.....27

Master Student Doğa KURÇER

Assist. Prof. Makbule CİVELEK, Ph. D.

Araştırma Makalesi

Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Vizyoner Liderlik Modelinin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Adana İli Örneği.....43

Dr. Öğr. Üyesi Gamze ERYILMAZ

Yüksek Lisans Öğr. İsmail DEMİRCİ

Dr. Öğr. Üyesi Fatih ÖZDEMİR

Araştırma Makalesi

İnanç Turizminde Yunus Emre'nin Türk Dünyası Gençliğince Bilinirliğinin Değerlendirilmesi: Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi Örneği.....63

Emine TATLI

Dr. Öğr. Üyesi Muharrem AVCI

Araştırma Makalesi

Kastamonu Turizm Çalışmalarının UNESCO Miras Listeleri ve Programlarına Hazırlık Sürecinde Kurumsallaşma ve Yerel Kalkınma Özelinde Değerlendirilmesi79

Begüm Hazal KURT

Derleme

Coğrafi İşaretli Bir Ürün Olarak Bolu Kızılıcak Tarhanası.....94

Arş. Gör. Ayşe Nur USLU

Arş. Gör. İbrahim YILMAZ

Turist Rehberliği Programlarındaki Öğretim Elemanlarına ve Öğretim Planlarına Yönelik Bir Değerlendirme*

Doç. Dr. Lütfi ATAY
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Turizm Fakültesi
lutfiatay@yahoo.com
<https://orcid.org/0000-0003-2598-6227>

Arş. Gör. Alparslan GÜVENÇ
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Turizm Fakültesi
alparslanguenc@isparta.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-6195-0654>

Sedat BOZDOĞAN
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
sedat.bozdogan1734@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-7342-4299>

DOI: <https://doi.org/10.37847/tdtad.1022630>

Makale Türü: Derleme

Makale Gönderim Tarihi: 13.11.2021

Makale Kabul Tarihi: 23.02.2022

Özet

Amaç: Bu çalışmada, Türkiye’de üniversitelerde meslek yüksekokullarındaki ön lisans ve turizm fakültelerindeki lisans düzeyinde mevcut olan turist rehberliği eğitimi veren programların öğretim elemanı ve öğretim planı açısından mevcut durumunun tespiti amaçlanmıştır. Ön lisans ve lisans düzeyindeki turizm rehberliği programları ayrı ayrı değerlendirilmiş ve bu kapsamda programlardaki öğretim elemanı, öğretim planları ve öğretilen yabancı dil derslerine ilişkin veriler değerlendirilmiştir.

Yöntem: Bu çalışmada ikincil veriler (lisans ve ön lisans programları) üzerinden bir kaynak taraması yapılmıştır. 2020 yılı verilerinin baz alındığı, kaynak taraması niteliğinde hazırlanan bu çalışmada Yüksek Öğretim Kurulu ve ilgili akademik birimlerin resmi web sitelerindeki ikincil verilerden faydalanılmıştır.

Bulgular: Verilerin analizi sonucunda turist rehberliği eğitiminde rol alan öğretim elemanlarının çoğunluğunun turist rehberliği alanında bir akademik dereceye sahip olmadıkları görülmüştür. Ayrıca, bazı öğretim planlarının program yeterliliklerinden ziyade öğretim elemanı yeterliliklerine odaklanılarak düzenlendiği ve öğretim planlarında Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’nde belirtilen derslerin karşılanmasının yeterince dikkate alınmadığı tespit edilmiştir. Verilen yabancı dil derslerinde de belirli dillerde bir yoğunlaşma olduğu fakat genel olarak ikinci yabancı dil seçeneği sunma konusunda bir sorun olmadığı görülmüştür.

Tartışma: Çalışmanın bulguları alan yazındaki ilgili çalışmaların bulgu ve sonuçları ile tartışılmış, akademik birimlerdeki öğretim planı ve akademik kadro tahsisine ilişkin çeşitli öneriler ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberliği, Turist Rehberliği Eğitimi, Turist Rehberliği Programları, Turizm Rehberliği

* Bu çalışma IV. Ulusal Turist Rehberliği Kongresi’nde geniş özet olarak sunulmuştur.

An Evaluation of Instructors and Curriculums in Tourist Guidance Programs

Abstract

Purpose: In this study, it is aimed to determine the current status of the tourist guide education programs available at the associate degree in vocational schools and undergraduate level in tourism faculties at Universities in Turkey in terms of instructors and curriculum. Tourism guidance programs at the associate and undergraduate level were evaluated separately, and in this context, the data on the instructors, curriculums and foreign language lessons taught in the programs were evaluated.

Method: In this research, a literature review was made on secondary data (undergraduate and associate degree programs). In this study, which was prepared as a source review and based on the data of 2020, secondary data on the official websites of the Council of Higher Education and related academic units were used.

Findings: As a result of the analysis of the data, it was seen that the majority of the instructors who play an important role in tourist guide education do not have an academic degree in the field of tourist guiding. In addition, it has been determined that some of the curriculums are designed by focusing on the qualifications of the instructors rather than the program qualifications, and that the teaching of the courses specified in the Tourist Guidance Vocational Regulation is not taken into account sufficiently in the teaching plans. It has been observed that there is a focus in certain languages among languages, but there is no problem in offering a second foreign language as optional in general.

Discussion: Findings of this study was evaluated according the findings and results of related studies in literature, the various suggestions have been put forward regarding the curriculums and the allocation of staff in academic units.

Key Words: Tourist Guidance, Tourist Guidance Education, Tourist Guidance Curriculums, Tourism Guidance

Giriş

Türkiye’de turist rehberliğinin, meslek kanunu ile korunduğu görülmektedir. Bu bağlamda turist rehberi olma şartları ve mesleğe dair tüm usul ve esaslar 2012 tarihinde yürürlüğe giren “6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu” ve 2014 yılında yürürlüğe giren “Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği” kapsamında belirlenmiştir.

Türkiye’de turist rehberinin; yerli veya yabancı turistlere bir plan kapsamında öncülük eden, belirlenen noktalarda bilgi aktarımı yapan, ülkenin veya bölgenin tanıtımını yapan, gezginlerin sosyal, ekonomik ve kültürel bağlamda doğru bilgiler edinmesine katkıda bulunan, somut ve somut olmayan kültürel miras tanıtımı yapan, planlanan turun gerçekleşmesini sağlayan ve tur boyunca turistlerden sorumlu olan kişi olarak tanımlarda yer aldığı görülmektedir (Ahipaşaoğlu, 2006; Çimrin, 1995; Mısırlı, 2015; Yarcın, 1993). “6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu” ise rehberi, Meslek Kanunu hükümleri uyarınca mesleğe kabul edilerek turist rehberliği hizmetini sunma hak ve yetkisine sahip gerçek kişi olarak ifade etmektedir.

Kanuni düzenlemelerin geçmişine bakıldığı zaman turist rehberliği mesleğinin eğitim, ilke ve uygulama konularında değişikliklere uğradığı görülmektedir. Konunun eğitim

boyutunu ele aldığımızda karşımıza iki tür uygulama çıkmaktadır. Bunlar, yaygın eğitim ve örgün eğitim modelleridir.

Türkiye’de turist rehberliği yaygın eğitimi Kültür ve Turizm Bakanlığı himayesinde açılan, Turist Rehberleri Birliği tarafından yürütülen ve sonucunda başarılı katılımcıların turist rehberliği ruhsatnamesi almasına olanak tanıyan sertifika programlarını kapsamaktadır. Bu kursların nerede, ne zaman ve hangi diller için açılacağı belirli olmayıp tamamen Kültür ve Turizm Bakanlığı inisiyatifindedir. Turist rehberliğinde yaygın eğitim yasal olarak mümkün olsa da var olan uygulamalar göz önünde bulundurulduğunda, Türkiye’deki mevcut örgün eğitim programlarının sayısı ve ihtiyacı karşılama potansiyeli dikkate alınarak turist rehberliği sertifika programlarının açılmadığı görülmektedir.

Turist rehberliğinin örgün boyutu ele alındığında Türkiye’de ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeyde eğitim verildiği görülmektedir. “Ankara Üniversitesi Başkent Meslek Yüksekokulu Turizm Rehberliği Programı” ön lisans düzeyinde ilk öğrencileri kabul ederek 1992 yılında ilk mezunlarını vermiş, lisans seviyesinde ise “Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu” 1997 yılında ilk öğrencilerini kabul etmiştir (Yenipınar ve Zorkirişçi, 2013). Günümüzde Yükseköğretim Kurulu (YÖK) atlasına göre 38 adet lisans, 26 adet ön lisans ve 30’dan fazla yüksek lisans olmak üzere çok sayıda turist rehberliği programı mevcuttur.

Üniversitelerin turist rehberliği ile ilgili programlarının daha önemli hale gelmesi ve rehber eğitiminde tek alternatif olması, programların eğitim-öğretim kalitesinin önemini de ön plana çıkarmıştır. Turist rehberliği eğitimi ile ilgili çalışmalar incelendiğinde ve rehberlik eğitimlerine ilişkin veriler dikkate alındığında; yabancı dil eğitiminin yetersizliği, mezunların nitelikleri, müfredat farklılıkları, öğretim elemanı profilleri ve ders içerikleri ile öğretim planları gibi konuların öne çıktığı görülmektedir. Özellikle, turist rehberliği eğitiminde üniversitelerin rehberlik programlarında istihdam edilen öğretim elemanlarının niteliklerinin, programlarda verilen derslerin ve yabancı dil eğitiminin öne çıkan sorunlar olduğu görülmektedir (Arslantürk, 2010; Yenipınar ve Zorkirişçi, 2013; Güven ve Ceylan, 2014; Eker ve Zengin 2016; Baytok, Boyraz ve Kabakulak, 2019).

Söz konusu bu sorunların araştırılmasına yönelik planlanan bu çalışma, ön lisans ve lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi veren programlardaki öğretim planlarının ve öğretim elemanlarının durumunu tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda, üniversitelerin turist rehberliği eğitimi veren ön lisans ve lisans programlarının mevcut öğretim planları ve öğretim elemanları, 2020 yılı itibarıyla ilgili kurumların resmi web sitelerinden toplanan verilerle değerlendirilmiştir. Elde edilen verilerin değerlendirilmesi sonucu tespit edilen bulgular üzerinden sorunların çözümüne ilişkin öneriler geliştirilmiştir.

Alanyazın

Turist rehberliği mesleğinin başlangıcı, ilk olarak yazılı kaynaklarda bahsedilen Mısırlı rahipler ve M.Ö 7. Yüzyılda başlayan olimpiyat oyunları sonucunda ortaya çıkan seyahat

hareketliliklerine dayandırılmaktadır (Ahipaşaoğlu, 2006). Tarihçi Herodot ise ziyaret ettiği yerleri kayıt altına alıp aktarmasıyla turist rehberliği mesleğinin öncüllerinden biri olarak kabul edilmektedir (Mısırlı, 2015). Yine aynı şekilde gezdiği yerlerin ve yaşadığı tecrübelerin kaydını sağlayıp günümüze kadar aktaran seyyahlardan Evliya Çelebi ve Orta Çağ seyyahlarından Marco Polo da Herodot gibi yol gösterici olması sebebiyle ilk gezgin rehberler arasında değerlendirilmiştir (Gökdemir, 2017). Çağdaş anlamda ilk seyahat faaliyetleri ise sanayi devrimiyle beraber gelişen ulaşım, konaklama ve iletişim olanaklarının da etkisiyle Thomas Cook'un düzenlemiş olduğu paket turlara dayanmaktadır (Mısırlı, 2015). Bu turlar rehberlik faaliyetinin de modern anlamda şekillenmesine yol açmıştır.

Tarih boyunca antik çağlara kadar uzanan bir geçmişe sahip olan turist rehberliğinin mesleki anlamda belirli standartlara oturtulması ise nispeten daha güncel bir durumdur. Mesleğin Türkiye'deki gelişimine baktığımızda ise kaynaklar bizi Osmanlı dönemine kadar götürmektedir. Tanzimat Fermanı'nın ilanı ile birlikte Avrupa ile gelişen ilişkiler sonucunda oluşan özellikle azınlıklar içindeki hareketlilik sonucunda tercüman rehberlik mesleği ortaya çıkmıştır (Değirmencioğlu, 2001). Bu bağlamda, meslekle ilgili ilk yasal düzenlemeler 29 Ekim 1890 tarihinde yayınlanmış olan "190 sayılı Nizamname"de tercümanlık adı altında düzenlenmiştir fakat uygulama konusunda yeterince etkin olunamamıştır (Çimrin, 1995). Rehberlik de dahil olmak üzere bazı turizm konuları cumhuriyetin ilanı ile birlikte kurulan Türkiye Seyyahin Cemiyeti yetkisinde düzenlenmeye başlamıştır (TURING, 2021). Bu kurumun belirli niteliklere sahip yöneticileri, devlet adına tüm tercüman rehberlere verilen bir kursun ardından sınav uygulayarak ilk defa bir lisans uygulaması başlatmıştır (Ahipaşaoğlu, 2006). 8 Kasım 1925 tarihinde ise "2730 sayılı Ecnebi Seyyahlara Tercümanlık ve Rehberlik Edecekler Hakkında Talimatname" yayınlamış rehberlik kavramı ilk defa burada ortaya çıkmıştır (Ahipaşaoğlu, 2006). Bu kararname ile tercüman rehberlere belediyelerden belge alma zorunluluğu getirilmiş (Çimrin, 1995) ve rehberlik eğitimi konusunda bazı ilkeler belirlenmiştir (Mısırlı, 2015). Fakat o dönemde turistik faaliyetlerle ilgilenen bir kurum olmaması sebebiyle rehberlerin yeterliklerinin belirlenmesi konusundaki sınav zorunluluğu uygulamaya alınamamıştır (Çolakoğlu, Epik ve Efendi, 2007).

1920'li yılların sonlarında, ekonomik krizin de etkisiyle Türkiye'de de turizm durma noktasına gelmiş ve tam bu sırada, 1928 yılı Aralık ayında İstanbul İktisat Müdürlüğü bir rehberlik kursu açılacağını duyurmuş ve bu kursa kabul edilen adaylardan 50 kişi tercüman-rehber olmaya hak kazanmıştır (İRO, 2021). Bu kurs, kapsamıyla ve sınavdan geçme mecburiyetini detaylı bir şekilde açıklığa kavuşturmasıyla turist rehberliği eğitiminde önemli bir kilometre taşı olmuştur (Çimrin, 1995). 1935 yılına gelindiğinde ise belediyelerde turizm şubelerinin kurulmasıyla beraber bir kurs daha açılmış ve bu kurstan 53 kişi mezun olmuştur. Fakat, 1940'lı yıllarda II. Dünya Savaşı'nın etkisi ile turizm faaliyetleri durmuş ve rehberlerin büyük çoğunluğu mesleği bırakmak zorunda kalmıştır (Çimrin, 1995; Değirmencioğlu, 2001).

1950'li yıllara gelindiğinde ise modern turizm anlayışı öne çıkmış ve 1950 yılındaki İkinci Turizm Danışma Kurulu'na Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü'nce turizm sektörünün önemini öne çıkaran "Turist Tercüman Rehberliği" adı altında bir rapor sunulmuştur. Akabinde, 1951 yılında Türkiye Milli Talebe Federasyonu (TMTF) rehberliğin dönemin şartlarına uygun hale getirilmesi konusunda bir çalışma yapmıştır. Üniversite öğrencileri için düzenlenen rehberlik kursunu tamamlayan 129 kişi mesleğe kabul edilmiştir. 1955-60 yılları arasında da çeşitli öğrenci kuruluşlarının girişimleri ile başlatılan ve İstanbul Belediyesi ile Basın Yayın İstanbul İl Müdürlüğü tarafından yapılan iki farklı kurstan 128 öğrenci mezun olmuş ve rehberlik yapmaya hak kazanmışlardır (İRO, 2021). 20 Ağustos 1963 tarihinde kurulan ve ilgili konularda nitelikli eleman yetiştirmek amacıyla kurslar, uzman okullar açabilen Turizm ve Tanıtma Bakanlığı, 1964-68 yılları arasında başta İstanbul'da, İzmir'de ve Ankara'da olmak üzere çeşitli rehberlik kursları organize etmiştir. Bu kurslar bir yönetmeliğe değil "8 Kasım 1925 gün ve 2730 sayılı Kararname"ye dayandırılmış, hizmet içi talimat ve genelgelerle düzenlenmiştir (Ahipaşaoğlu, 2006; Çimrin, 1995; Değirmencioglu, 2001).

Turist rehberliği ile ilgili ilk yönetmelik ise 3 Eylül 1971 tarihinde "Tercüman Rehber Kursları ve Tercüman Rehber Yönetmeliği" adı altında çıkarılmış ve bu yönetmelik 1974 yılına gelindiğinde "Profesyonel Turist Rehberliği Kursları ve Profesyonel Turist Rehberliği" adını almıştır (Çimrin, 1995). Aynı yönetmelik 1983, 1986, 1988, 1995 ve 2005 yılında yapılan değişikliklerle yeni düzenlemelerle beraber "Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği" adını almıştır (Çolakoğlu vd., 2007; Gökdemir, 2017; İRO, 2017). Turist rehberliği mesleğine dair günümüzde geçerli olan kanuni düzenleme ise 07.06.2012 tarihinde TBMM'de kabul edilmiş ve 22.06.2012 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiş olan "6326 Sayılı Turist Rehberliği Kanunu" ve bu kanun doğrultusunda hazırlanmış olan "26 Aralık 2014 tarihli ve 29217 sayılı Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği"dir (Gökdemir ve Yüksel, 2020).

Türkiye'de turist rehberliği eğitimi yaklaşık 100 yıllık bir geçmişe sahip olsa da günümüzde sektör ve akademi içerisinde hala tartışılan bir konudur. Rehberlik eğitiminde ilkeler ve uygulamalar arasında farklılıkların olduğu ve rehberlik eğitimi veren yükseköğretim kurumlarındaki rehberlik programlarındaki eğitim içeriklerinin de ciddi farklılıklar olduğu görülmektedir (Arslantürk, 2010; Yenipınar ve Zorkirişçi, 2013; Güven ve Ceylan, 2014; Eker ve Zengin, 2016; Büyükkuru ve Çokal, 2018; İşçeli ve Kılıç, 2018; Baytok, Boyraz ve Kabakulak, 2019; Tanrısever, Bektaş ve Koç, 2019). Uygulamadaki farklılıklardan dolayı, turist rehberliği eğitimi konusu turizm akademisyenlerinin araştırma alanlarından birisidir. Konuyla ilgili çalışmalar genel olarak öğretim planlarını ve öğretim elemanlarını inceleme üzerine yapılan çalışmalar, rehber görüşlerine yönelik çalışmalar ve öğrenci odaklı çalışmalar olmak üzere üç grup altında değerlendirilebilir.

Öğretim planları ve öğretim elemanları üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde, Yenipınar ve Zorkirişçi'nin (2013) turist rehberinin sahip olması gereken donanımları tespit etmeyi ve bu doğrultuda uygun öğretim planı belirlemeye yönelik öneriler sunmayı amaçladıkları çalışma dikkate çekmektedir. Çalışmada Türkiye'de turizm rehberliği lisans

eğitimi veren programların öğretim planları ve belirlenen Avrupa Birliği ülkelerindeki lisans düzeyindeki turist rehberliği ders programları kıyaslanmıştır. Çalışma sonucunda Türkiye'deki turist rehberliği öğretim planlarındaki teknik derslerin yeterli düzeyde olmadığı, lisans düzeyinde eğitim verebilecek yeterli donanıma sahip öğretim elemanı bulma sıkıntısı yaşandığı ve ders içeriklerinin genellikle Türkiye'ye gelen yabancı turistlere odaklı olduğu gibi bulgulara ulaşılmıştır. Öğretim planlarına rehberlikte uzmanlaşmaya yönelik derslerin eklenebileceği gibi öneriler sunulmuştur. Bir diğer çalışmada ise (Güven ve Ceylan, 2014) ön lisans ve lisans düzeyinde eğitim veren turist rehberliği programlarının öğretim planlarının "Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği"nde belirtilen derslere uygunluğu incelenmiştir.

Çalışmada turist rehberliği eğitimi veren okullar tespit edilip öğretim planları ortaya çıkarılmış ve amaca yönelik bulgular tablolar halinde sunulmuştur. Çalışma sonucunda mevcut öğretim planlarındaki derslerin Yönetmelik'te belirtilen derslerle uyum göstermediği, Yönetmelik'te belirtilen derslerin bazı okullarda farklı isimlerde yer aldığı veya seçmeli ders olarak sunulduğu tespit edilmiştir. Son olarak, Yönetmelik'te belirtilen derslerin turist rehberliği eğitimi veren okulların öğretim planlarına zorunlu olarak dahil edilmesi gerektiği, turist rehberliği eğitimi veren kurumların eşgüdüm halinde çalışarak bir öğretim planı oluşturması ve bakanlığa sunması şeklinde önerilerde bulunulmuştur. İşçeli ve Kılıç (2018) yaptıkları çalışmada benzer bir amaçla lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi veren kurumların öğretim planlarını Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nde yer alan zorunlu derslerle kıyaslamışlar. Çalışmada Güven ve Ceylan'ın (2014) çalışmasında ulaştığı bulgulara benzer bulgular elde etmişlerdir. Öneri olarak ise yine benzer önerilerin yanı sıra rehberlikte uzmanlaşmaya yönelik derslerin öğretim planlarına dahil edilmesi ve turist rehberliği bölümlerindeki yabancı dil derslerinin sektör ihtiyaçları göz önünde bulundurularak hazırlanması gerektiği gibi öneriler sunulmuştur. Tanrısever, Bektaş ve Koç'un (2019) dünya çapında turist rehberliği eğitiminin veriliş biçimini ve rehber olma şartlarını inceledikleri çalışmada turizm hareketliliğinin en yoğun olduğu ülkeler tespit edilmiş ve bu ülkelerin turist rehberliği eğitim sistemleri incelenmiştir. Çalışma sonucunda, turist rehberliği eğitiminde bazı derslerin her ülkede verildiği ve genel olarak teorik derslerle birlikte uygulamaya yönelik derslerin de verildiği tespit edilmiştir. Turist rehberliği eğitiminde diğer ülkelerde de Türkiye'deki gibi standart bir uygulamanın olmadığı tespit edilmiştir. Turist rehberi olma koşulları bakımından en az bir yabancı dil bilme zorunluluğunun birçok ülkede geçerli olan önemli bir şart olduğu görülmüştür. Dünyada turist rehberliği eğitim süresinin üç hafta ile beş yıl arasında ciddi farklılık gösterdiği bulgusuna ulaşılmıştır. Turizm rehberliğinde uzmanlaşmaya önem verilmesi ise bazı ülkeler için öne çıkan konulardan biridir. Çalışma sonucunda turist rehberliği eğitimi veren ülkelerin sektördeki gelişmeleri takip ederek eğitim planlarını sürekli yenilenen bir yaklaşımla ele alması gerektiği gibi önerilerde bulunulmuştur.

Baytok, Boyraz ve Kabakulak (2019), turist rehberliği bölümlerinde görev yapan öğretim elemanlarının profillerini ortaya koymayı amaçlamışlardır. Nitel araştırma yöntemlerinden doküman-arşiv tarama ve görüşme tekniği ile hazırlanan çalışmada turist rehberliği bölümlerinde toplamda 271 öğretim elemanının görev yaptığı tespit edilmiştir.

Cinsiyet, kurum, unvan, eğitim durumu ve alanları, çalışma kartı sahiplik durumu, yabancı dil türü, bağlı bulunan oda ve idari görev pozisyonları gibi değişkenler ele alınmış ve bu öğretim elemanlarının durumu ortaya konmuştur. Çalışma sonucunda, turist rehberliği bölümlerinde görev yapmakta olan öğretim elemanlarının %57.2'sinin turizm alanında, %25.5'inin ise turist rehberliği alanında lisans derecesine sahip olduğu tespit edilmiştir. Mesleki durumu incelendiğindeyse, mevcut öğretim elemanlarından yalnızca %21.4'ünün turist rehberliği ruhsatnamesine sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Rehber akademisyenlerin kayıtlı oldukları odalar açısından da ÇARO, İRO ve İZRO öne çıkmaktadır. Son olarak, öğretim elemanlarının mesleki deneyimlerini artırmaya yönelik ve kadro tahsislerinin ilgili alanda öğrenim görmüş kişilerden oluşturulması gibi önemli önerilerde bulunulmuştur.

Rehberlerin görüşleri alınarak yapılan çalışmalar incelendiğinde ise karşımıza Eker ve Zengin'in (2016) turist rehberliği eğitimi veren okulların öğretim planlarının uygulama yeterliliği açısından turist rehberleri tarafından değerlendirildiği nitel çalışma çıkmaktadır. Toplamda 28 rehber ile yüz yüze görüşme yoluyla elde edilen veriler sonucunda Türkiye'de turist rehberliği eğitiminde teorik anlamda yeterli olduğu, fakat eğitimin uygulama kısmında eksikliklerin olduğu belirtilmiştir. Okullarda sunulan öğretim planları arasındaki farklılığın, rehberlikle ilgili dersler yerine genel konulu derslerin yoğun olmasının turist rehberliği eğitimini olumsuz yönde etkileyerek meslek hayatı sırasında yetersizliklere neden olabildiği gibi ifadelere ulaşılmıştır. Turist rehberliği öğretim planlarında belirli bir standart oluşması için iş birliği yapılması gerektiği, turist rehberliği ile ilgili meslek derslerinin artırılması, uygulamaya yönelik eğitimin sağlanması ve turist rehberliği eğitiminde, rehber olarak görev yapmış donanımlı akademisyenlere de görev verilmesi gerektiği, rehberlerin yabancı dil sorununu aşmak için ise turist rehberliği eğitimi veren okulların dil puanıyla öğrenci kabul etmesi gerektiği gibi önerilere ulaşılmıştır.

Öğrenci odaklı yapılan çalışmalar incelendiğinde ise Arslantürk'ün (2010) turist rehberliği eğitimi alan öğrencilerin eğitime yönelik algılarını incelediği çalışma öne çıkmaktadır. SERVPERF ölçeğinin kullanıldığı çalışmada 1100 kişiye anket ulaştırılmış ve 960 geçerli anket verisi üzerinde analizler yapılmıştır. Çalışma sonucunda, lisans düzeyinde eğitim alan öğrencilerin hizmet kalitesi algılarının ön lisans düzeyinde eğitim alan öğrencilere kıyasla daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Buna sebep olarak ise meslek yüksekokullarında istihdam edilen akademik personelin lisans düzeyinde istihdam edilen akademik personele kıyasla genel anlamda daha tecrübesiz olması ve ön lisans düzeyinde öğrencilerin kaliteli bir eğitim alamama sebepleri arasında okullarda donanımlı öğretim elemanı bulunmaması gösterilmiştir. Lisans düzeyinde eğitim veren kurumlardaki akademik personel niteliklerinin dünyada kabul edilen tanımları olduğu, ön lisans düzeyinde ise bir miktar doktoralı öğretim elemanları olmasına rağmen, doktora olmayan öğretim elemanlarının da görev yaptığı gözlemlenmiştir.

Büyükkuru ve Çokal'ın (2018) turist rehberliği öğrencilerinin duygusal zekaları ile meslek seçimi arasındaki ilişkinin değerlendirilmesine yönelik yaptıkları çalışmada ise 179

kişiyeye uygulanan anket formundan elde edilen verileri analiz ettikleri görülmektedir. Çalışma sonucunda duygusal zeka ile meslek seçimi arasında pozitif orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların çoğunun turist rehberliğinden memnun oldukları ve bu mesleği icra etmek istedikleri ortaya çıkmıştır. Duygusal farkındalık, motivasyon ve empati duygularının mesleğe yönelik ilgi oranları üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Turist rehberliği öğrencilerinin meslek seçiminde duygusal zeka düzeylerinin önemli bir rol oynadığı görülmüştür. Bu bağlamda, turist rehberliği bölümlerinde davranış bilimleri odaklı derslerin olması gerektiği, öğrenci gelişimini destekleyen ve mesleğin önemini vurgulayan derslere yer verilmesi gerektiği gibi önerilerde bulunulmuştur. Yapılan analizlerde meslek seçimi konusunda motivasyon boyutunun öne çıkması sebebiyle öğrencilerin motivasyonlarını yüksek tutmaya yönelik faaliyetlerin gerçekleştirilmesi tavsiye edilmiştir.

Turist rehberliği eğitimiyle ilgili alanyazın incelendiğinde, akademik birimlerdeki öğretim planlarının, öğretim elemanı kadrolarının ve yabancı dil eğitimlerinin ayrı ve birbirinden bağımsız çalışıldığı, söz konusu konuların birlikte çalışıldığı araştırmalara rastlanmamıştır. Ayrıca, bu üç eğitim konusunun birlikte ön lisans ve lisans düzeyinde çalışmadığı tespit edilmiştir. Alanyazındaki bu açığı kapatmak ve güncel veriler üzerinden konuları irdelemek bu çalışmanın temel amaçlarındadır.

Yöntem

Lisans ve ön lisans düzeyindeki turist rehberliği programlarındaki öğretim planları, ders veren öğretim elemanları ve öğretilen yabancı diller güncel veriler dikkate alınarak değerlendirilmiştir. Bu çalışma ikincil veriler kullanılarak nitel araştırma deseninde hazırlanmış olup tarama niteliğindedir. Nitel araştırma, “algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği” araştırma çeşidi olarak ifade edilebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 39). Veri toplama yöntemi olarak doküman-arşiv tarama tekniği kullanılmıştır. Bu bağlamda, öğretim elemanlarına ve öğretim planlarına yönelik veriler 15.06.2020 – 30.11.2020 tarih aralığında ilgili okulların web siteleri, TUREB rehber veri tabanı ve YÖK’ün web sitesindeki bilgiler esas alınarak derlenmiştir.

Üniversitelerdeki turist rehberliği programlarındaki dersleri değerlendirebilmek için başka bir kriter mevcut olmadığından, bu çalışmada programların değerlendirilmesinde yönetmelikte belirtilen derslerin baz alınmasının uygun olacağı kabul edilmiştir. Bu kapsamda, ön lisans ve lisans düzeyindeki turist rehberliği programlarının öğretim planlarında yer alan dersler belirlenerek, yönetmelikte yer alan derslerin ne düzeyde programlarda yer aldığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Yapılan değerlendirme sonucunda elde edilen bulgular aracılığıyla mevcut sorunlara yönelik çözüm önerileri geliştirilmiştir.

Turist Rehberliği Programlarındaki Öğretim Elemanlarının Değerlendirilmesi

Turist rehberliği alanında uzmanlaşmış veya turist rehberliği tecrübesine sahip öğretim elemanı sayısının azlığı eğitim sürecinde öğrencilerin eğitimi boyutunda sorunlara sebep

olmaktadır. Eker ve Zengin'e (2016) göre, teorik eğitim konusunda bir başarı varken uygulamalı eğitim konusunda bir eksiklik söz konusudur. Bu eksikliğin, rehberlik eğitimi veren öğretim elemanlarının yeterince mesleki deneyimine sahip olmamasından kaynaklanabileceği söylenebilir. Arslantürk (2010) de yaptığı araştırmada ön lisans seviyesinde turizm eğitimi veren kurumlarda, yetişmiş öğretim elemanı bulunmamasının, öğrencilerin nitelikli ve etkin eğitim almalarının önünde bir engel olduğunu belirtmiştir.

Üniversitelerin meslek yüksekokullarındaki ön lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi veren programlarındaki öğretim elemanlarına ilişkin akademik veriler, okulların web siteleri ve Yükseköğretim Kurulu web sitesi baz alınarak incelenmiş olup Tablo 1'de detayları görüleceği gibi derlenmiştir. Tabloda görüldüğü üzere toplam 26 adet turist rehberliği ön lisans programında 85 öğretim elemanı istihdam edilirken, sadece 12 öğretim elemanının turist rehberliği eğitimi aldığı ve 34 öğretim elemanının da turizm eğitimi aldığı görülmektedir. Öğretim elemanlarının yüksek lisans eğitimleri incelendiğinde de durumun daha olumsuz olduğu ve turist rehberliği yüksek lisans mezunu hiç öğretim elemanının olmadığı dikkat çekmektedir. Yine aynı şekilde uygulamalı bir meslek olan turist rehberliği eğitiminde mesleki deneyimin çok önemli olduğu dikkate alınarak TUREB Rehber Veritabanı aracılığıyla ilgili programlardaki öğretim elemanlarının tek tek ruhsatname sahiplik durumları kontrol edilmiş ve sadece 12 öğretim elemanının turist rehberliği ruhsatnamesi sahibi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, doktoralı öğretim elemanı sayısının da oldukça az olduğu tespit edilmiştir.

Meslek Yüksekokulları bünyesinde yürütülen turist rehberliği programlarındaki öğretim elemanı profilleri incelendiğinde, meslekle ilgili eğitim ve tecrübe oranının çok düşük ve yetersiz düzeyde olduğu söylenebilir. Oysaki Türkiye'de 38 adet lisans ve 19 adet yüksek lisans düzeyinde turist rehberliği programının ve bu programlardan yüzlerce öğrencinin mezun olduğu dikkate alındığında böylesi bir tablonun olması, yükseköğretim düzeyinde öğretim elemanı istihdamı politikalarının sorgulanması gerekliliğini zorunlu kılıyor. Yeterli kaynak varken alan dışından öğretim elemanı tahsisi ciddi bir sorun olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca hizmet kalitesi bakımından verilen eğitimin lisans düzeyine göre daha düşük olarak algılandığı görülmektedir (Arslantürk, 2010). 2014 yılında yayınlanmış bir çalışmadaki veriler incelendiğinde ön lisans turist rehberliği veren program sayısının 11 olduğu görülmektedir (Güven ve Ceylan, 2014).

Tablo 1. Ön Lisans Programlarındaki Öğretim Elemanlarının Eğitim-Mezuniyet Durumu

	ÖN LİSANS PROGRAMLARI	LİSANS		YÜKSEK LİSANS		DOKT.	DOÇ.	RUHSAT NAME	AKADEMİK KADRO (toplam)
		TURİZM	TURİZM REH.	TURİZM	TURİZM REH.	TURİZM			
1	Ankara Üniversitesi	0	0	0	0	0	0	0	1
2	Akdeniz Üniversitesi (Demre)	2	0	2	0	0	0	0	4
3	Arel Üniversitesi	2	1	2	0	15	0	0	3
4	Aydın Üniversitesi (İstanbul)	1	0	0	0	1	0	0	4
5	Ayvansaray Üniversitesi	2	0	1	0	1	0	0	3 (Bölüm

									Hocası)
6	Bingöl Üniversitesi	2	0	2	0	1S	0	0	4
7	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	3	0	2	0	1	0	0	5
8	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi	1	0	1	0	1	0	1	3
9	Gelişim Üniversitesi	4	0	3- 1S	0	1 - 1S	0	0	4
10	Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	2	0	1	0	1	0	2	3
11	Iğdır Üniversitesi	1	2	3	0	1	0	2	4
12	Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	2	1	3	0	1	0	0	3
13	Kafkas Üniversitesi	1	0	0	0	0	0	0	3 (Bölüm Hocası)
14	Kapadokya Üniversitesi	0	2	1	0	2S	0	6	9
15	Kocaeli Üniversitesi	0	0	0	0	1	0	0	1
16	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi	3	0	2	0	1	0	0	3
17	Marmara Üniversitesi	0	0	0	0	0	0	0	5
18	Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	1	1	2	0	1 - 1S	0	0	4
19	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi (Marmaris)	1	1	2	0	1 - 1S	0	1	3
20	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi (Ortaca)	1	1	2	0	1 - 1S	0	0	3
21	Selçuk Üniversitesi (Silifke Taşucu)	0	0	0	0	0	0	0	1
22	Selçuk Üniversitesi (Beyşehir)	1	0	1S	0	0	0	0	3
23	Selçuk Üniversitesi (Akşehir)	1	0	0	0	0	0	0	2 (Bölüm Hocası)
24	Turgut Özal Üniversitesi	2	1	2	0	1	0	0	3
25	Uludağ Üniversitesi	0	2	2	0	0	0	0	2
26	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi	1	0	0	0	0	0	0	2
	TOPLAM (n)	34	12	33 / 2S	0	14 - 8S	0	12	85

Not: "S" eğitim sürecinin devam ettiğini ifade etmektedir. "Bölüm Hocası" ifadesi ise kadrosu Turist Rehberliği programının yer aldığı bölümde bulunan öğretim elemanını ifade etmektedir

Mesleki Yeterlilik Kurumu tarafından belirlenen ve 16.07.2010 tarihli ve 27643 Sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan profesyonel turist rehberi ulusal meslek standardına göre seviyesi beş olarak belirlenmiş ve bu "Türkiye Yükseköğretim Yeterlilikler Çerçevesi"ne göre ön lisans düzeyinde (120 AKTS) bir eğitim programını ifade etmektedir. Fakat öncesinde alınan "Türkiye Turizm Stratejisi (2023) ve Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı (2007-2013)" stratejik eğitim kararlarında profesyonel turist rehberliği mesleğinin lisans düzeyinde verilmesinin ve ön lisans programlarının kapatılması kararı alınmıştır. Bunların dışında 2017 yılında gerçekleştirilen "3. Turizm Şurası Turizm Eğitimi, İstihdamı

ve Turist Rehberliği" komisyonu tarafından alınan kararlar içerisinde de mevcut olan ön lisans programlarının kapatılması ve lisans programı yoksa açılması kararı bulunmaktadır. Görüldüğü üzere alınan kararlar ve meslek standardı arasında farklılıklar görülmektedir. Yenipınar ve Zorkirişçi'nin 2013 yılında yayınladığı çalışmada da bu durum ortaya konulmuş ve herhangi bir düzenleme yapılmamıştır.

Sadece 11 adet ön lisans programında bir turist rehberliği lisans programı mezunu veya turist rehberliği ruhsatnamesi sahibi öğretim elemanı istihdam edildiği dikkate alındığında, ön lisans düzeyindeki turist rehberliği eğitiminin niteliği konusunda ciddi soru işaretleri de ortaya çıkmaktadır. Mesleğin sahip olduğu dinamikler dikkate alındığında, uygulama ağırlıklı eğitimin öğrencilere verilmesi konusunda mevcut olan akademik personelin sahip olduğu mesleki alan uygulamasının ve sayısının yetersiz olduğu görülmektedir. Verilen eğitimin çıktısı olarak ön lisans öğrencilerinin mesleki yeterlilik, mesleğin icrasına yönelik niyeti ve memnuniyet durumu bakımından lisans düzeyine göre düşük seviyelerde olması bu kanıyı desteklemektedir (Temizkan ve Timur, 2020).

Üniversitelerin lisans düzeyinde eğitim veren Turizm Rehberliği ile Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği programlarındaki öğretim elemanı dağılımları Tablo 2'de verilmektedir. Lisans programında istihdam edilen toplam 217 öğretim elemanının 140'ı turizm ve 58 tanesi de turist rehberliği ile ilgili bir lisans programı mezunudur ve 67 kişi de turist rehberliği ruhsatnamesi sahibidir. Lisans düzeyindeki programlarda turist rehberliği lisans mezunu yaklaşık %27, turist rehberliği yüksek lisans mezunu oranı ise sadece %5 civarındadır.

Bu çalışmada öğretim elemanlarına ilişkin elde edilen veriler, Eker ve Zengin (2016) ile Arslantürk (2010)'ün tespitlerini destekler niteliktedir. Söz konusu araştırmalarda uygulamalı eğitim konusunda bir eksikliğin olduğu, söz konusu eksikliğin rehberlik eğitimi veren öğretim elemanlarının yeterince mesleki deneyimine sahip olmamasından kaynaklanabileceği söylenmektedir. Dolayısıyla, ön lisans düzeyinde meslek yüksekokullarında turizm eğitimi veren kurumlarda, yeterli sayıda mesleki deneyime sahip öğretim elemanının bulunmaması, öğrencilerin nitelikli bir eğitim almasını ve sektörde tercih edilebilir olmasını olumsuz etkileyen unsurlardan bir tanesi olarak değerlendirilebilir.

Rehberlik eğitimi alan öğrencilerin eğitimi, bu mesleği icra eden veya etmiş olan akademik personelden alması öğrenciye aktarılan eğitim kalitesinde önemli farklılıklar oluşturabilmektedir. Mesleğini aktif olarak gerçekleştiren rehberlere göre ise akademik personelin sektör tecrübesinin olması gerektiği görüşü hakimdir (Eker ve Zengin, 2016). Uygulamalı bir alan ve meslek eğitimi verildiği dikkate alındığında uygulamaya hakim öğretim elemanlarının edindikleri deneyimi öğrencilere daha etkin aktarabileceği ve mesleğin icrasında yaşanabilecek durumlara karşı öğrencinin hazırlanmasında etkin rol oynayabileceği söylenebilir.

Tablo 2. Lisans programlarındaki öğretim elemanlarının eğitim mezuniyet durumu

	LİSANS PROGRAMLARI	LİSANS		YÜKSEK LİSANS		DOKT.	DOÇ.	RUHSAT NAME	AKADE MİK KADRO (toplam)
		TURİZM	TURİZM REH.	TURİZM	TURİZM REH.	TURİZM			
1	Adıyaman Üniversitesi	3	0	3	0	3	0	1	3
2	Afyon Kocatepe Üniversitesi	3	2	4	0	3	1	1	5
3	Akdeniz Üniversitesi	2	2	3	0	1	1	2	7
4	Akdeniz Üniversitesi Manavgat	1	0	0	0	1	0	0	4
5	Aksaray Üniversitesi	3	1	2	1	3	2	1	5
6	Anadolu Üniversitesi	4	3	7	2	5 - 2S	3	4	11
7	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	1	2	4	1	3 - 2S	5	1	9
8	Atatürk Üniversitesi	1	3	4	0	4	1	2	6
9	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi	1	1	2	0	2	2	2	6
10	Balıkesir Üniversitesi	1	5	6	0	4	3	5	6
11	Batman Üniversitesi	2	1	3	0	3	1	1	4
12	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	2	0	2	0	2	0	0	2
13	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	5	2	5	1	5	2	2	9
14	Çankırı Karatekin Üniversitesi	3	2	7	0	2 - 3S	0	3	7
15	Ege Üniversitesi	0	1	0	0	0	0	3	5
16	Erciyes Üniversitesi	3	1	1	1	3	1	2	5
17	Gümüşhane Üniversitesi	3	0	3	0	2	0	1	3
18	Harran Üniversitesi	1	3	3	0	2 - 1S	0	3	5
19	Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	2	1	2	0	3	0	1	3
20	İskenderun Teknik Üniversitesi	2	1	1	0	0	0	0	5
21	İstanbul Gelişim Üniversitesi	0	1	1	0	1S	1	2	7
22	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi	2	4	5	1	3 - 1S	1	5	7
23	Karabük Üniversitesi	2	0	2	0	1	2	1	4
24	Kastamonu Üniversitesi	1	4	4	0	4	1	3	7
25	Kırklareli Üniversitesi	2	2	5	0	3 - 2S	1	3	5
26	Mardin Artuklu Üniversitesi	5	0	4	0	2	2	1	5
27	Mersin Üniversitesi	2	1	3	1	2 - 1S	2	3	7
28	Necmettin Erbakan Üniversitesi	2	0	2	0	1	2	1	5
29	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	4	4	6	1	8 - 1S	1	3	11
30	Niğantaşı Üniversitesi	2	2	3	1	2	1	1	6
31	Ondokuz Mayıs Üniversitesi	1	4	4	1	3	2	2	9
32	Pamukkale Üniversitesi	3	0	1	0	2	3	0	4

33	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	3	1	5	1	5 - 1S	2	0	6
34	Selçuk Üniversitesi	2	1	2	0	3	2	2	7
35	Selçuk Üniversitesi 'Beşehir'	2	0	0	0	0	0	1	4
36	Sinop Üniversitesi	3	1	4	0	4	1	1	4
37	Yaşar Üniversitesi	0	1	2	0	3	2	1	5
38	Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi	3	1	2	0	2 - 1S	0	2	4
	TOPLAM (n)	82	58	117	12	99 - 16 S	48	67	217

Not: "S" eğitim sürecinin devam ettiğini ifade etmektedir

Önlisans ve lisans düzeyinde akademik personel sayıları karşılaştırıldığında literatürde yer alan çalışma verilerine yakın olduğu görülmektedir (Boyras ve Kabakulak, 2020). Ön lisans ve lisans düzeyindeki toplam 302 öğretim elemanının sahip olduğu ruhsatname sayısı (12+67) ele alındığında, öğretim elemanlarının yaklaşık %26'sı ruhsatnameye sahipken bunun çoğunluğu lisans düzeyinde eğitim veren programlarda görülmektedir. 2019 yılında yapılan bir araştırmada ise bu oranın %21.4 civarında olduğu görülmektedir (Baytok vd., 2019). Bu noktadaki artışın sebebi, son dönemde akademik kadrolara turist rehberliği eğitimi olan kişilerin istihdam edilmesi olabilir.

Tablo 1 ve Tablo 2 karşılaştırıldığında lisans düzeyindeki programların nicelik ve nitelik olarak üstünlük sağladığı görülmektedir. Özellikle lisans düzeyindeki programlar incelendiğinde öğretim elemanlarının %26.7 sinin lisans ve %5'nin de yüksek lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi aldığı tespit edilmiştir. Ayrıca lisans düzeyindeki programlarda yer alan akademik personelin çoğunluğunun doktora eğitimini tamamlamış veya sürdürüyor olmasının eğitim sürecinde öğrenciye bilimsel yaklaşım ve bilgi edinimi konusunda daha faydalı olunacağı şeklinde yorumlanabilir. Turist rehberliği mesleğine uygun eğitim modeli incelendiğinde bunun tek bir program altında, öğrencinin de eğitim sürecine uygunluğu gözetilerek lisans düzeyinde verilmesi gerektiği söylenebilir (Kürkcü, 2017).

Turist Rehberliği Programları Öğretim Planlarının Değerlendirilmesi

Turist rehberliği programlarında öğretim planları ön lisans düzeyinde dört dönem, lisans düzeyinde ise sekiz dönem olarak planlanmaktadır. Yükseköğretime ilişkin yasal mevzuat çerçevesinde turist rehberliği programlarında sadece "Türk Dili", "Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi" ile zorunlu yabancı dil dersleri öğretim planlarında yer alması zorunlu derslerdir. Bu dersler dışında akademik birimler ilgili bölüm kurullarından ve yüksekokul / fakülte kurullarından geçirmek koşulu ile arzu ettikleri derslere öğretim planlarında yer verebilmektedirler. Dolayısıyla, üniversitelerin özerk yapıları nedeniyle eğitimi verecek programdaki ve programın yer aldığı akademik birimdeki öğretim elemanları dikkate alınarak program içeriklerinin hazırlandığı görülmektedir.

Turist rehberliği eğitimine ve eğitimde verilecek derslere ilişkin sadece "6326 Sayılı Kanun"a dayanarak çıkarılan "Turist Rehberleri Meslek Yönetmeliği (TRMY)" bünyesindeki 4-16 maddelerde bir verilecek derslere yönelik bir düzenleme söz konusu

iken, Yüksek Öğretim mevzuatında böylesi bir düzenleme söz konusu değildir. TRMY’nde turist rehberliği sertifika programında verilmesi gereken dersler şu şekilde belirtilmiştir; “Genel Turizm Bilgisi ve Turizm Mevzuatı” (1), “Meslek Etiği ve Meslek” (2), “Türkiye’nin Tarihi ve Turizm Coğrafyası” (3), “Genel Türk Tarihi ve Kültürü” (4), “Türk Dili ve Edebiyatı” (5), “Arkeoloji” (6), “Mitoloji” (7), “Sanat Tarihi ve İkonografi” (8), “Dinler Tarihi” (9), “Genel Sağlık Bilgisi, İlk Yardım, Sağlık Turizmi, Turist Sağlığı” (10), “İletişim Becerileri” (11), “Anadolu Medeniyetleri Tarihi” (12), “Türk Halk Bilimi ve Geleneksel Türk El Sanatları” (13), “Türkiye’nin Flora ve Faunası, Doğa Tarihi” (14), “Turizm Sosyolojisi” (15) ve “Müzecilik” (16) dersleridir.

Tablo 3. Sertifika programındaki zorunlu derslerin ön lisans programlarında karşılanma düzeyi

	ÖN LİSANS PROGRAMI	Turizm Rehberliği Eğitimi ve Sertifika Programında Verilmesi Gerekli Dersler																TOP.
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
1	Ankara Üniversitesi	X		X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X		13
2	Akdeniz Üniversitesi (Demre)				X	X	X	X				X		X	X			7
3	Arel Üniversitesi	X			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	13
4	Aydın Üniversitesi (İstanbul)	X			X	X	X	X	X	X	X		X			X		10
5	Ayvansaray Üniversitesi	X			X	X	X	X				X	X			X		8
6	Bingöl Üniversitesi		X			X	X	X		X	X	X	X		X			9
7	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi				X	X	X	X	X	X	X	X	X			X	X	11
8	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X		X		X	13
9	Gelişim Üniversitesi	X				X	X	X		X	X	X	X			X		9
10	Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X					12
11	İğdır Üniversitesi	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X		X	14
12	Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	X			X	X	X	X	X	X			X		X	X		10
13	Kafkas Üniversitesi	X		X	X	X	X	X		X	X		X					9
14	Kapadokya Üniversitesi	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X			X	X	X	13
15	Kocaeli Üniversitesi			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X	X	12
16	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi	X	X		X	X	X	X		X	X	X	X		X	X	X	13
17	Marmara Üniversitesi	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X		12
18	Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X		12
19	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi (Marmaris)	X	X		X	X	X	X		X	X	X	X					10
20	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi (Ortaca)	X	X		X	X	X	X		X	X	X	X					10
21	Selçuk Üniversitesi (Silifke Taşucu)	X	X		X	X	X	X		X	X	X	X					10

22	Selçuk Üniversitesi (Beyşehir)	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X		X			12
23	Selçuk Üniversitesi (Akşehir)	X			X	X	X	X	X	X	X	X			X	X	X	12
24	Turgut Özal Üniversitesi	X				X	X	X				X	X				X	7
25	Uludağ Üniversitesi	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X			13
26	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi	X	X		X	X	X	X				X	X			X		10
	TOPLAM (n)	22	12	10	23	26	26	13	22	23	21	24	23	11	15	9		

TRMY kapsamında yer alan ve yukarıda numaralandırılan derslerin turist rehberi olacak adayların alması gereken temel dersler olduğu varsayıldığında, bu derslere programlarda ne düzeyde yer verildiğine ilişkin veri, programların nitelikleri hakkında da bilgi edinilmesine imkân sağlayacaktır. TRMY’de yer alan derslerden “Türk Dili ve Edebiyatı” (5), “Arkeoloji” (6) ve “Mitoloji” (7) derslerinin tüm ön lisans programlarında olduğu, “Anadolu Medeniyetleri Tarihi” (12) dersinin sadece iki programda, “Genel Türk Tarihi ve Kültürü” (4) dersinin üç programda ve “Genel Turizm” (1) dersinin dört programda yer almadığı tespit edilmiştir. Tablo 3’teki verilere göre turist rehberliğiyle ilgili ön lisans programlarının yarıdan fazlasında ise sırası ile “Türk Halk Bilimi ve Geleneksel Türk El Sanatları” (13), “Müzecilik” (16), “Türkiye’nin Tarihi ve Turizm Coğrafyası” (3), “Türkiye’nin Flora ve Faunası, Doğa Tarihi” (14) ve “Meslek Etiği ve Meslek” (2) derslerinin yer almadığı dikkat çekmektedir. Ön lisans düzeyindeki turist rehberliği programlarının hiçbiri söz konusu derslerin tamamını ders planlarında barındırmamaktadır.

Rehberlik uygulamalarında ciddi etik sorunlar yaşandığı bilinmektedir (Yarcan, 2007). Taban ücretin altında çalışmak, kaçak rehberlik, dili ve bölgesi dışında rehberlik hizmeti sunmak, mesleki ilkelere aykırı davranışlarda bulunmak, meslek kuruluşlarına ve turizme zarar verecek davranışlar sergilemek, iş taahhüdü dışında eylemlerde bulunmak ve tüketiciyi yanıltmak gibi yaşanan mesleki sorunların varlıklarının temelinde etik sorunlar olduğu düşünülmektedir. Yarcan’ın ortaya koyduğu kavramsal değerlendirme sonrasında yaşanmakta olan bu sorunlara çözüm olarak bazı etik ilkeler de belirlenmiştir (Düz, 2017). Fakat ilkelerin uygulanması noktasında mesleki bilincin ve birlikteliğin ortaya konulmadığı düşünülebilir. TRMY’de belirlenen “Meslek Etiği ve Meslek” dersinin (2) Tablo 3 ve 4’e göz atıldığında özellikle önlisans düzeyindeki programlarda büyük çoğunluğunda verilmediği görülmektedir. Ayrıca etik ilkelerin uygulanmasının mesleki ve örgütsel bağlılık arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir (İyitoğlu, 2015). Söz konusu etik sorunlar dikkate alındığında rehberlerin eğitim sürecinde etik bilgilenmeye ne derece ihtiyaç duydukları da daha iyi anlaşılabilir. Bu sorunların çözümüne ilişkin temel olarak eğitim sürecinde mesleki ve etik bilincin verilmesi önem arz etmektedir (Koçoğlu ve Avcı, 2018).

Turist rehberliği eğitimi verilen önlisans programları sertifika programlarına kıyasla planlanan ders programının 2 yıllık süre genişliğinde uygulanması avantaj olarak görülmektedir (Eker ve Zengin, 2016). Fakat bu programlar arasında müfredat birliğinin

olmaması ve TRMY’de belirtilmiş olan derslerin bu süre içerisinde eğitim programında verilmemesi bu avantajı kaybetmesine sebep olduğu düşünülebilir. Ayrıca örgün eğitim dışında uzaktan eğitim programlarının da önlisans düzeyinde var olması turist rehberliği eğitimini farklı bir düzeye taşıdığı söylenebilir.

Önlisans düzeyinde 2014 yılında yapılan araştırma ele alındığında geçen süre zarfında verilmekte olan derslerde bir takım değişiklikler olduğu görülmektedir (Güven ve Ceylan, 2014). Bunların içerisinde Tablo 3 kıyaslandığında (Arkeoloji) 6 kodlu dersin o dönemde verilmekte olan programların çoğunluğunda bulunmazken 2020 verilerine göre bütün önlisans programlarında bu dersin yer aldığı görülmüştür. Bunun dışında (Müzecilik) 16 ve (Türk Halk Bilimi ve Geleneksel Türk El Sanatları) 13 kodlu derslerin benzer olarak büyük çoğunluğunda halen eğitim programlarında yer almadığı tespit edilmiştir. Bir başka perspektiften bakıldığında ise (Türkiye’nin Tarihi ve Turizm Coğrafyası) 3 kodlu dersin 2014 yılı verilerine göre çoğunluğunda yer alırken 2020 verisine göre çoğunluğunda yer almadığı görülmektedir. Ayrıca benzer olarak 1, 5 ve 11 kodlu derslerin halen önlisans programlarının çoğunluğunda verildiği anlaşılmıştır. Yapılan tespitlerin dışında (Mitoloji) 7 kodlu dersin 2014 yılı verisine göre artık bütün programlarda yer aldığı fakat (İkonografi) 8 kodlu dersin öğretim planlarında yeterince yer almaması sonununun halen sürdüğü görülmektedir (Güven ve Ceylan, 2014). Ayrıca programlarda verilmekte olan ders isimlerinin farklılaştığını veya ayrı ayrı dersler olarak müfredatta yer alması devam etmekte olan sorunlar içerisinde yer almaktadır.

Tablo 4. Sertifika programındaki zorunlu derslerin lisans programlarında karşılanma düzeyi

	LİSANS PROGRAMLARI	Turizm Rehberliği Eğitimi ve Sertifika Programında Verilmesi Gerekli Dersler															TOP.	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		16
1	Adıyaman Üniversitesi				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	12
2	Afyon Kocatepe Üniversitesi	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	16
3	Akdeniz Üniversitesi		X			X	X	X		X	X	X	X			X	X	10
4	Akdeniz Üniversitesi (Manavgat)	X				X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	12
5	Aksaray Üniversitesi	X	X			X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	13
6	Anadolu Üniversitesi	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	14
7	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	14
8	Atatürk Üniversitesi	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	14
9	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	14
10	Balıkesir Üniversitesi	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	14
11	Batman Üniversitesi	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	16
12	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	16
13	Çanakkale Onsekiz Mart	X			X	X	X	X		X	X		X		X	X	X	11

	Üniversitesi																
14	Çankırı Karatekin Üniversitesi	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	14
15	Ege Üniversitesi				X	X	X	X	X			X		X		X	8
16	Erciyes Üniversitesi	X	X			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9
17	Gümüşhane Üniversitesi	X	X			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	14
18	Harran Üniversitesi	X	X			X	X	X		X	X		X		X	X	11
19	Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	16
20	İskenderun Teknik Üniversitesi	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	15
21	İstanbul Gelişim Üniversitesi	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X			X	13
22	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	16
23	Karabük Üniversitesi	X	X			X	X	X		X	X	X	X		X	X	12
24	Kastamonu Üniversitesi	X	X		X	X	X	X		X	X	X	X		X	X	13
25	Kırklareli Üniversitesi	X	X		X	X	X	X		X	X	X	X		X	X	13
26	Mardin Artuklu Üniversitesi	X	X			X	X	X	X	X	X		X		X	X	12
27	Mersin Üniversitesi	X	X		X	X	X	X		X	X	X	X	X	X		13
28	Necmettin Erbakan Üniversitesi	X				X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	12
29	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	X	X		X	X	X	X		X	X	X	X		X	X	13
30	Niğantaşı Üniversitesi	X	X			X	X	X	X	X	X		X		X		11
31	Ondokuz Mayıs Üniversitesi	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	15
32	Pamukkale Üniversitesi	X	X			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	14
33	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	X	X		X	X	X	X		X	X	X	X		X	X	13
34	Selçuk Üniversitesi	X				X	X	X					X		X		9
35	Selçuk Üniversitesi 'Beşşehir'	X	X		X	X	X	X		X	X	X	X		X	X	13
36	Sinop Üniversitesi	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	14
37	Yaşar Üniversitesi	X	X			X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	13
38	Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	12
	TOPLAM (n)	34	30	8	24	38	38	38	24	37	36	32	38	15	34	32	38

Tablo 4'te turist rehberliği ile ilgili lisans programları ve bu programlarda yönetmelikteki derslerin karşılığının olup olmadığı görülmektedir. Lisans düzeyinde ön lisans programlarına nispeten söz konusu rehberlikte zorunlu kılınan derslerin büyük oranda karşılandığı söylenebilir. Tablodaki verilere göre "Türkiye'nin Tarihi ve Turizm Coğrafyası" dersinin en yüksek oranda, daha sonra da "Türk Halk Bilimi ve Geleneksel Türk El Sanatları" dersinin programların yarısından fazlasında yer almadığı görülmektedir.

Lisans programlarında, Bologna kalite süreci kapsamında seçmeli derslerin belirli oranlarda olması gerektiğinden, Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nde (TRMY) yer alan dersler, ilgili lisans programlarının öğretim planlarında yer alsalar bile seçmeli ders havuzunda olabilmektedir. İşçeli ve Kılıç (2018) da yaptıkları çalışmada TRMY'ye göre sertifika programında verilmesi gereken bazı derslerin rehberlik lisans programlarında seçmeli ders olarak ders planlarında yer aldığı tespitinde bulunmuştur.

Yapılan çalışmalarda rehberlik eğitimi veren üniversitelerde ders müfredatlarında birliğin olmadığı, TRMY'de belirtilen zorunlu kılınan derslerin bir kısmının yer almadığı veya seçmeli ders olarak verildiği, ayrıca ders isimlerinin yönetmelikte belirtilen isimlerden farklı olduğu ve ön lisans ile lisans programlarının çoğunun müfredat olarak yönetmelikte belirtilen şartlara genel olarak uygun olmadığı ortaya konulmuştur (İşçeli ve Kılıç, 2018; Güven ve Ceylan, 2014). Eğitim konusunda üniversitelerin ve yönetmeliğin çatıştığı noktaların olduğunu bu doğrultuda bir an önce ortak hareket etme konusunda birliğe varılması gerektiği de aynı çalışmalarda önerilmektedir. Bu çalışmada ise özellikle lisans programlarında TRMY kapsamındaki derslerin çoğunun karşılanıyor olması, son yıllarda programların öğretim planlarında güncellemeler yapmasından kaynaklanmış olabilir.

Türkiye ve Avrupa Birliği ülkelerindeki eğitim müfredatlarının karşılaştırıldığı çalışmada ise Türkiye'de lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi veren üniversitelerin ders programındaki teknik derslerin, Avrupa standardında turist rehberliği eğitim programı ders içeriğiyle kıyaslandığında yeterli düzeyde olmadığı da tespit edilmiştir (Yenipınar ve Zorkirişçi, 2013).

Güven ve Ceylan'ın (2014) yayınladığı araştırmaya göre "Arkeoloji" (6) ve "Müzecilik" (16) derslerindeki eksikliklerin giderildiği görülmektedir fakat benzer olarak "Türk Halk Bilimi ve Geleneksel Türk El Sanatları" (13) dersinin lisans düzeyinde halen büyük bir kesiminde yer almadığı görülmektedir. İşçeli ve Kılıç (2018)'in yaptığı araştırma ele alındığında bu çalışmadaki Tablo 4'e benzer olarak "Genel Türk Tarihi ve Kültürü" (4) dersinin büyük bir kesiminde verilmediği görülmektedir. Fakat Güven ve Ceylan (2014)'nin çalışma verileri incelendiğinde bu dersin tüm programlarda verildiği anlaşılmaktadır. Bunun sebebi, dönemsel olarak mevcut akademik personelin durumu veya mevcut bölüm sayısındaki artış gösterilebilir. Bunun haricinde "Türkiye'nin Tarihi ve Turizm Coğrafyası" (3) dersinin durumu karşılaştırıldığında İşçeli ve Kılıç (2018)'nin verilerine kıyasla negatif yönde farklılık görülmektedir.

TRMY'de turist rehberliği eğitiminde verilmesi gereken dersler içerisindeki "Genel Türk Tarihi ve Kültürü" (4) ve "Sanat Tarihi, İkonografi" (8) rehberlik mesleğinin icrasında önemli bir alana sahiptir. Tablo 4'e göre bu iki dersin 14 lisans programında yer almadığı dikkat çekmektedir. Benzer olarak İşçeli ve Kılıç'ın (2018) yaptığı çalışmada 4 kodlu dersin önemli bir oranda bu programlarda yer verilmediği görülmektedir. Ayrıca Tablo 4'e göre Afyon Kocatepe Üniversitesi, Batman Üniversitesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi ve İzmir Katip Çelebi Üniversitesi'nin TRMY'de belirtilen derslerin tamamını lisans programlarında yer

verdikleri görülmektedir. Fakat lisans programları arasında turist rehberliği eğitiminin belli bir standart içinde verilmediği ve müfredat birliğinin olmadığını öne sürmek mümkündür (Yenipınar ve Kardaş, 2019).

Turist Rehberliği Programları Yabancı Dil Eğitimlerinin Değerlendirilmesi

TRMK'ye göre rehberlik programlarından mezun olan öğrencilerin ayrıca uygulama gezisine katılması ve ÖSYM'nin yapmış olduğu Yabancı Dil Sınavı (YDS) en az 75 alması veya eşdeğerliliği olan sınavdan YDS'de istenen en düşük not ve üstü not alması gerekmektedir. Turist Rehberliği programı mezunlarının ruhsatname alamamasının önündeki ana engelin yabancı dil bilgisi yetersizliği olduğu söylenebilir.

Tablo 5 ve Tablo 6 da ön lisans ve lisans düzeyindeki turist rehberliği programlarında verilen yabancı dil dersleri görülmektedir. Ön lisans düzeyinde İngilizce'nin zorunlu ders olarak her programda yer aldığı, ülkemize en çok turist gönderen pazarların dilleri olan Almanca ve Rusça başta olmak üzere bazı yabancı dillerin seçmeli olduğu görülmektedir. Van 100. Yıl Üniversitesi gibi bulunduğu coğrafyanın gerçeklerine ve önceliklerine göre İran'a sınır olduğu için Farsça'nın seçmeli olarak verildiği görülmektedir.

Tablo 5. Ön lisans programlarında verilen yabancı dil derslerinin durumu

	ÖN LİSANS PROGRAMLARI	ZORUNLU	SEÇMELİ DİL GRUBU									TOPLAM	
			İNGİLİZCE	ALMANCA	RUSÇA	FRANSIZCA	İSPANYOLCA	İTALYANCA	JAPONCA	ÇİNCE	ARAPÇA		FARSÇA
1	Ankara Üniversitesi	X	X		X								3
2	Akdeniz Üniversitesi (Demre)	X											1
3	Arel Üniversitesi	X											1
4	Aydın Üniversitesi	X											1
5	Ayvansaray Üniversitesi	X								X	X		3
6	Bingöl Üniversitesi	X											1
7	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	X		X									2
8	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi	X											1
9	Gelişim Üniversitesi	X											1
10	Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	X						X			X		3
11	Iğdır Üniversitesi	X											1
12	Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	X	X	X									3
13	Kafkas Üniversitesi	X	X	X									3
14	Kapadokya Üniversitesi	X		X		X			X				4
15	Kocaeli Üniversitesi	X											1

16	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi	X	X	X	X								4
17	Marmara Üniversitesi	X	X		X	X						X	5
18	Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	X											1
19	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi (Marmaris)	X	X	X	X	X					X		6
20	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi (Ortaca)	X	X	X	X	X					X		6
21	Selçuk Üniversitesi (Silifke Taşucu)	X			X								2
22	Selçuk Üniversitesi (Beyşehir)	X	X										2
23	Selçuk Üniversitesi (Akşehir)	X	X	X									3
24	Turgut Özal Üniversitesi	X			X								2
25	Uludağ Üniversitesi	X											1
26	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi	X	X	X							X	X	5
	TOPLAM (n)	26	10	11	5	4	0	1	1	4	1	3	

Lisans düzeyindeki programların tamamında ise yine İngilizce zorunlu iken bazı programlarda Almanca'nın da zorunlu olduğu görülmektedir. Özellikle lisans düzeyinde, Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin yoğun olarak kullandığı dillerin seçmeli yabancı dil olarak tercih edildiği söylenebilir. Lisans programlarında da Almanca ve Rusça'nın 33 adet Lisans programında seçmeli yabancı dil olarak ön plana çıktığı görülmektedir. Hem söz konusu dillerin yaygın olması hem de Türkiye'ye en fazla turistin Rusya ve Almanya'dan gelmesi dil tercihinin etkilemiş olabilir (İşçeli ve Kılıç, 2018).

Tablo 6. Lisans programlarında verilen yabancı dil derslerinin durumu

	LİSANS PROGRAMLARI	ZORUNLU		SEÇMELİ DİL GRUBU								TOPLAM	
		İNGİLİZCE	VARSA DİĞERİ	ALMANCA	RUSÇA	FRANSIZCA	İSPANYOLCA	İTALYANCA	JAPONCA	ÇİNCE	ARAPÇA		DİĞER DİLLER
1	Adıyaman Üniversitesi	X		X	X	X		X	X	X	X		8
2	Afyon Kocatepe Üniversitesi	X		X	X	X				X	X		6
3	Akdeniz Üniversitesi	X		X	X	X	X			X			6
4	Akdeniz Üniversitesi	X		X	X	X	X					Flemenkçe	6
5	Aksaray Üniversitesi	X		X	X						X		4
6	Anadolu Üniversitesi	X		X	X	X							4
7	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	X		X	X	X	X				X		6
8	Atatürk Üniversitesi	X		X	X						X		4
9	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi	X		X	X	X	X		X	X			7

10	Balikesir Üniversitesi/Turizm Fakültesi	X	Almanca	X	X								3
11	Batman Üniversitesi	X		X	X	X			X				5
12	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	X		X	X	X	X			X	X		7
13	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	X		X	X				X				4
14	Çankırı Karatekin Üniversitesi	X		X	X								3
15	Ege Üniversitesi	X	İtalyanca										2
16	Erciyes Üniversitesi	X		X	X								3
17	Gümüşhane Üniversitesi	X		X	X	X					X		5
18	Harran Üniversitesi	X		X		X							3
19	Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	X		X	X						X		4
20	İskenderun Teknik Üniversitesi	X		X	X				X	X	X		6
21	İstanbul Gelişim Üniversitesi	X		X	X					X			4
22	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi	X			X						X		3
23	Karabük Üniversitesi	X				X				X	X	Portekizce	5
24	Kastamonu Üniversitesi	X		X	X	X				X			5
25	Kırklareli Üniversitesi	X			X						X	Bulgarca-Osmanlıca	5
26	Mardin Artuklu Üniversitesi	X		X	X								3
27	Mersin Üniversitesi	X		X	X								3
28	Necmettin Erbakan Üniversitesi	X		X	X								3
29	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	X		X	X	X	X	X					6
30	Niğantaşı Üniversitesi	X			X	X	X					Osmanlıca	5
31	Ondokuz Mayıs Üniversitesi	X		X		X							3
32	Pamukkale Üniversitesi	X		X			X	X	X	X			6
33	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	X		X	X					X	X		5
34	Selçuk Üniversitesi	X		X	X								3
35	Selçuk Üniversitesi 'Beyşehir'	X		X	X						X		4
36	Sinop Üniversitesi	X		X	X	X					X		5
37	Yaşar Üniversitesi	X		X	X	X	X	X	X			Portekizce	8
38	Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi	X		X	X	X	X		X	X	X		8
	TOPLAM (n)	38	1	33	33	19	10	4	8	12	16	6	

YÖK tercih sistemi incelendiğinde lisans programlarından sadece Çanakkale Onsekiz Mart ve Ankara Hacı Bayram Veli üniversitelerinin eşit ağırlık puan türüne göre “Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği” programı adı altında öğrenci kabul ettiği görülmektedir. Bunların dışında kalan lisans programlarına giriş için dil puanı yeterliliği aranmaktadır. Dil puanı haricinde tercih kabul eden programlardaki öğrencilerin mesleğe kabul için aranmakta olan dil şartını yerine getirmekte dezavantaja sahip oldukları düşünülse de (Eker ve Zengin, 2016:9), yapılan görüşmelerde iki farklı puan türünden öğrenci kabul eden program mezunlarının ruhsatname alma oranlarının birbirlerine yakın olduğu ortaya konmuştur.

Tablo 5 ve Tablo 6 karşılaştırıldığında seçmeli ders olarak ön lisans programlarında ağırlıklı olarak Almanca ve Rusça eğitimi verilirken lisans programlarında bunların yanında Fransızca, Arapça, Çince ve İspanyolca gibi dillerin de önemli bir oranda tercih olarak sunulduğu görülmektedir. Buna rağmen mesleğin ihtiyaçları göz önüne alındığında verilmekte olan yabancı dil eğitiminin ve çeşitliliğinin sektörün ihtiyaçlarını ve beklentileri karşılamakta yetersiz kaldığı düşünülmektedir (Yenipınar ve Kardeş, 2019).

Turizm rehberliği öğrencileriyle yapılan bir araştırma, öğrencilerin önemli bir kesiminin verilen yabancı dil eğitiminin gerekli olduğunu ve bu derslerin daha yoğun verilmesi gerektiğini savunmuştur (Kürkçü, 2018). Bunun dışında eğitimin dil bilgisi üzerinde yoğunlaştığı, konuşma becerilerini geliştirmekte eksik kaldığı düşünülebilir. Benzer şekilde mesleki İngilizce eğitiminde de ders saati, müfredatı, kullanılan kaynaklar yönünden belli standardın olmadığı ve yetersiz kaldığı görülmektedir (Taş, 2019). Cansu ve Tanrısever (2020) turist rehberliği eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının yabancı dil eğitimlerinin mesleğe kabul aşamasında ve sonrasında yeterli olup olmadığını ölçmeye yönelik çalışma yapmışlar ve çalışmada bölge ve üniversite ayırt edilmeden verilen yabancı dil eğitimlerinin zayıf olduğunu ve yabancı dil eğitiminin teorik eğitim düzeyinde kaldığını tespit etmişlerdir.

Sonuç ve Öneriler

Türkiye’de turist rehberliği eğitimi kanunda ve yönetmelikte de belirtildiği gibi örgün ve yaygın olmak üzere iki şekilde gerçekleştirilmektedir. Günümüzde, turist rehberliği eğitiminin kalitesini de artırmak amacıyla eğitimin sadece yükseköğretim seviyesinde verilmesi gibi bir teamül oluşmuş durumdadır. Farklı düzeylerde verilen turist rehberliği eğitiminin teorik ve pratik olarak bazı sorunları vardır. Branşın yeni olması, bu sorunların temelindeki sebeplerden biridir. Konuyla ilgili yapılan akademik çalışmalar gün geçtikçe artmaktadır. İlgili alanyazında turist rehberliği eğitiminin farklı yönlerden ele alınmış olması konunun çok yönlü ve detaylı incelenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Bu çalışma, meslek yüksekokullarında ve fakültelerde verilen turist rehberliği eğitimlerini öğretim elemanı eğitim profili, öğretim planı ve yabancı dil eğitimi olmak üzere üç boyutta ele almaktadır. Çalışma kapsamında elde edilen bulgular daha önce konuyla ilgili ayrı ayrı yapılmış çalışmaların toplu ve güncellenmiş hali niteliğindedir.

Verilerin ortaya çıkardığı sonuçlar turist rehberliği eğitiminde gözlenen sorunlara yönelik çözüm önerileri sunmada yardımcı olabilir.

Elde edilen verilerden yola çıkılarak, turist rehberliği eğitimi ön lisans ve lisans düzeyinde değerlendirildiğinde her iki kademedede de çeşitli sorunların mevcut olduğu görülmektedir. Okulların akademik kadrolarında turist rehberliği eğitimi almış öğretim elemanı ve turist rehberliği ruhsatname sahibi öğretim elemanı sayısının yetersiz olması her iki düzeydeki program için de öne çıkan bir sorundur. Bu sorun özellikle ön lisans düzeyindeki okullarda daha da belirgin haldedir. Bir diğer sorun ise uygulanan öğretim planıdır. TRMY’de turist rehberliği sertifika programı için belirlenen derslerle okullardaki dersler karşılaştırıldığında tüm dersleri programında barındıran az sayıda lisans programı bulunmasına karşın ön lisans düzeyinde tüm dersleri programında barındıran okul bulunmamaktadır. Ayrıca okullar arasında müfredat birliğinin olmaması da eğitim çıktılarında dengesizliğe sebep olabileceği için sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Konunun yabancı dil eğitimi boyutu dikkate alındığıdaysa turist rehberliği konusunda bir yoğunlaşmanın görüldüğü İngilizce, Almanca ve Rusça gibi dillerin öğretim planlarında da sıklıkla yer aldığı görülmektedir. Bazı okullar çeşitli yabancı dilleri de öğretim programlarında barındırır da sektör ihtiyaçlarını karşılayacak seviyede bir çeşitliliğin olmadığı görülmektedir.

Çalışma sonucunda elde edilen verilerden yola çıkılarak saptanan sorunların YÖK’ün, TUREB’in, Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın ve üniversitelerin ortak çalışmalarıyla giderilebileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda, turist rehberliği bölümlerinde istihdam edilen öğretim elemanlarının turist rehberliği eğitimi almış olmasına ve turist rehberliği ruhsatname sahibi olmasına öncelik verilebilir. Ayrıca, mevcut kadrolarda bulunan turist rehberliği eğitimi almamış olan öğretim elemanlarının lisansüstü düzeyde bu eğitimi almaları teşvik edilerek, mesleki uygulamayla ilişkileri artırılabilir. Bu şekilde mevcut öğretim elemanları da sürece dahil edilerek bütüncül bir yaklaşım ortaya konulabilir. Bu yolla turist rehberliği eğitimi alan öğrencilerin meslek uygulamasına yönelik güncel bilgiler edinebilme imkanları artırılabilir. Bunlara ek olarak, turist rehberliği mesleği uygulamasında ihtiyaç duyulan dersler yeniden değerlendirilebilir ve ihtiyaçlar doğrultusunda öğretim elemanı istihdamı teşvik edilebilir. Ön lisans düzeyindeki öğretim elemanlarının nitelik bakımından lisans düzeyindeki öğretim elemanlarına kıyasla yetersiz seviyede görüldüğü bulgusuna dayanarak, özellikle ön lisans düzeyindeki öğretim elemanlarının turist rehberliği konusundaki akademik gelişimleri desteklenebilir ve yeni kadro tahsislerinde turist rehberliği eğitimi almış öğretim elemanlarının istihdamına öncelik verilebilir.

Öğretim planlarındaki çok çeşitlilik göz önünde bulundurulduğunda bu durumun yaratabileceği olumsuz etkilerin giderilmesi amacıyla turist rehberliği eğitimi veren tüm okullar için ortak bir temel öğretim planı belirlenip öğretim planlarının bu temel plan dahilinde şekillendirilmesi desteklenebilir. Bu şekilde mezun nitelikleri arasındaki eşitsizlik giderilebilir. Yabancı dil eğitiminde ise mevcut teorik dersler uygulamaya yönelik yeni öğretim teknikleri ile güncellenebilir. Bu şekilde özellikle konuşma

konusunda mezunların sorun yaşadığı yabancı dillere yönelik derslerinin öğrenciler açısından daha kullanılabilir hale getirilmesi sağlanabilir. Buna ek olarak, ikinci yabancı dil eğitiminde sektör ihtiyaçları ve turizm politikaları dikkate alınarak bölgesel farklılıklar öne çıkarılabilir.

Çalışma her ne kadar konuyla ilgili alanyazında yer alan çalışmalara göre daha güncel ve daha bütüncül bir yaklaşım sunsa da bazı sınırlılıklardan söz etmek mümkündür. Verilerin toplandığı tarih itibarıyla öğretim elemanı kadrolarında ve öğretim planlarında çeşitli değişiklikler meydana gelmiştir. Çalışma, yalnızca verilerin toplandığı döneme ilişkin bir değerlendirmeyi içermektedir ve turist rehberliği eğitimi lisans ve ön lisans boyutuyla ele almaktadır. Gelecek çalışmalarda en güncel veriler kullanılarak ve lisansüstü turist rehberliği eğitimi de bu çalışmaya dahil edilerek konu daha geniş bir perspektiften ele alınabilir. Bununla birlikte, öğretim elemanları ve öğrencilerin görüşleri de dahil edilerek çalışma genişletilebilir.

Kaynakça

- Ahipaşaoğlu, S. (2006). *Turizmde Rehberlik*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Arslantürk, Y. (2010). Yükseköğretim düzeyinde turist rehberliği eğitimi veren öğretim kurumlarında uygulanan eğitime yönelik öğrenci algılamaları. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (1), 63-78.
- Baytok, A., Boyraz, M. ve Kabakulak, A. (2019). Turizm/turist rehberliği bölümü akademisyenlerinin profili: Türkiye üniversiteleri örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (68), 1038-1049.
- Boyraz, M. ve Kabakulak, A. (2020). Türkiye'deki turizm rehberliği bölümlerinde görev yapan akademisyenlerin bilimsel yayınlarının bibliyometrik analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3): 2152-2163.
- Büyükkuru, M. ve Çokal, Z. (2018). Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin duygusal zekâ düzeyleri ile meslek seçimleri arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15 (2018), 443-474.
- Cansu, E. ve Tanrısever, C. (2020). Turist rehberlerinin yabancı dil eğitimleri üzerine bir araştırma. *Turur Turizm ve Araştırma Dergisi*, 9 (1), 26-44.
- Çimrin, H. (1995). *Turizm ve Turist Rehberliğinin ABC'si*. Antalya: Akdeniz Kitabevi.
- Çolakoğlu, O. E., Epik, F. ve Efendi, E. (2007). *Tur Yönetimi ve Turist Rehberliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Değirmencioğlu, A. Ö. (2001). Türkiye'de turizm rehberliği eğitimi üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12 (2), 189-196.
- Düz, B. (2017). Turist rehberliğinde meslek etiği ilkelerinin faydacı etik yaklaşımı ile belirlenmesi. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (2), 1639-1662.
- Eker, N. ve Zengin, B. (2016). Turizm rehberliği eğitimi müfredatlarının uygulama yeterliliğinin profesyonel turist rehberleri bakış açısıyla irdelenmesi. *Turur Turizm ve Araştırma Dergisi*, 5 (2), 4-19.
- Eser, S. ve Şahin, S. (2020). Turist rehberliği mesleğinde yaşanan güncel sorunlar üzerine bir inceleme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 1344-1355.
- Gökdemir, S. (2017). *Turist rehberlerinde iş doyumunu ve tükenmişlik ilişkisi: Bir alan araştırması* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

- Gökdemir, S. ve Yüksel, O. (2020). *Turlarda Rehber ve Acenta Denetim Usul ve Esasları*. Ankara: Akademisyen Kitabevi.
- Gül, T. (2012). *Türkiye'deki turizm rehberliği öğretim programlarının değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Güven Ö. Z. ve Ceylan U. (2014). Lisans ve ön lisans düzeyinde turizm rehberliği Eğitimi veren okullardaki müfredatların turizm rehberliği meslek yönetmeliğine uygunluğunun incelenmesi. *15. Ulusal Turizm Kongresi*, 13-16 Kasım 2014. Ankara, 186-195.
- İRO, İstanbul Rehberler Odası, (2021). <https://iro.org.tr/tr/53-page-rehberligin-tarihcesi.aspx> (Erişim tarihi: 21.06.2021).
- İşçeli, Z. ve Kılıç, G. (2018). Lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren fakültelerin müfredatlarının incelenmesi. *Turist Rehberliği Dergisi (Tured)*, 1 (1), 41-56.
- İyitoğlu, V. (2015). İş etiği kurallarının uygulanmasının örgütsel ve mesleki bağlılığa etkisi: ön lisans turizm öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12 (1), 82-98.
- Koçoğlu, C. M. ve Avcı, M. (2018). Turizmde küresel etik kodların uygulanma düzeyleri: turizm eğitimi alan öğrenciler üzerinde bir araştırma. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(1), 539-553.
- KTB, Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2021). <https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0> (Erişim tarihi: 21.06.2021). Türkiye Turizm Stratejisi (2023) ve Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı (2007-2013)
- Kürkçü M. (2017). Turist rehberliği eğitimi sorunları, sektöre etkileri ve çözüm önerileri. *3. Turizm Şurası Tebliğler Kitabı* (1-3 Kasım 2017). Cilt 2 (2017) 264-274.
- Kürkçü, M. (2018). Rehber adayları gözünden turist rehberliği bölümleri ders programları ve uygulamalardaki yanlışlıklar. *Mediterranean Journal of Humanities*, 8(2), 437-449.
- Mısırlı, İ. (2015). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- MYK, Mesleki Yeterlilik Kurumu (2021). https://portal.myk.gov.tr/index.php?option=com_meslek_std_taslak&view=taslak_listesi_yeni&msd=2 (Erişim Tarihi: 21.06.2021).
- Pelit, E. ve Katırcıoğlu, E. (2018). Turist rehberliği mesleğinde taraflar açısından yaşanan sorunlar üzerine bir değerlendirme. *Turist Rehberliği Dergisi*, 1(2), 74-94.
- Tanrısever, C., Bektaş, İ. ve Koç, D. E. (2019). Dünyada turist rehberliği eğitimi. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 2 (1), 44-56.
- Taş, E. (2019). *Lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitiminde mesleki İngilizce dersine yönelik bir değerlendirme* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Temizkan, R. ve Timur, B. (2020). Türkiye'deki turist rehberliği eğitim modellerinin karşılaştırmalı bir analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4): 3550-3569.
- TUREB, Türkiye Turist Rehberleri Birliği, (2020). <http://www.tureb.org.tr/tr/RehberVeritabani> (Erişim tarihi: 15.06.2020 – 30.11.2020).
- TURING, Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu, (2021). <https://www.turing.org.tr/tarihce/> (Erişim tarihi: 21.06.2021).
- Turist Rehberliği Meslek Kanunu (2012, 7 Haziran). *Resmî Gazete* (Sayı: 28331). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/20120622-2.htm> (Erişim Tarihi: 15.06.2021)
- Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği (2014, 26 Aralık). *Resmî Gazete* (Sayı: 29217). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/12/20141226-25.htm> (Erişim Tarihi: 15.06.2021)

- TYYÇ, Türkiye Yükseköğretim Yeterlilikler Çerçevesi (2021). <http://tyyc.yok.gov.tr/?pid=20> (Erişim Tarihi: 21.06.2021).
- Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel turist rehberliğinde mesleki etik üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 33-44.
- Yarcan, Ş. (1993). *Seyahat Yönetimi*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Matbaası.
- Yenipınar, U, Zorkirişçi, A. (2013). Türkiye ve Avrupa Birliği ülkelerinde turist rehberliği eğitimi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (2), 111-136.
- Yenipınar, U. ve Kardaş, K. (2019). Turizm rehberliği bölümleri müfredat geliştirme önerisi. *Journal of Travel and Tourism Research*, (14), 1-26.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- YÖK, Yüksek Öğretim Kurulu, (2021). <https://yokatlas.yok.gov.tr./tercih-sihirbazı-t4-tablo.php?p=ea> (Erişim Tarihi: 09.07.2021).

The Determination of the Status of Turkey in the Medical Tourism Market in Accordance with the Demands of Health Tourist*

Master Student Doğa KURÇER
Zonguldak Bülent Ecevit University
Department of Interdisciplinary Tourism Man.
dogakurcer1@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-1125-1820>

Assist. Prof. Makbule CİVELEK, Ph. D.
Zonguldak Bülent Ecevit University
Faculty of Tourism
makbule.civelek@beun.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-3997-6508>

DOI: <https://doi.org/10.37847/tdtad.1030560>

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Makale Gönderim Tarihi: 30.11.2021

Makale Kabul Tarihi: 13.01.2022

Abstract

Aim: Medical tourism is the process that people, who need surgical intervention, travel from their region to another region at the request of receiving more professional and cheaper medical services. The main purpose of this study is to provide a better understanding of consumer demand in the medical tourism market and to find out what can be done to gain a competitive advantage in the medical tourism market of Turkey in accordance with these conclusions. This study is important in terms of proper guidance on investments of medical tourism in Turkey, in the future.

Method: Medical tourism practices in the world and Turkey have been analyzed and comparisons have been made in line with this purpose. In the study, SWOT analysis has been used to reveal the current situation of Turkey by compiling the secondary data.

Findings: It is found that Turkey has not yet got the share which it wants in the medical tourism market. In addition to keeping up with the technological developments in health tourism, Turkey has been also making new investments in health tourism. At the same time, there are studies that aim to develop health tourism by including it in development plans. These studies will enable health tourism to institutionalize and to be planned in a coordinated way.

Discussion: Considering the wealth of alternative tourism in Turkey, the increase in investments and the research of the demands of health tourists will also bring a competitive advantage. National and international publicity activities should be planned. Inferences should be made by analyzing the marketing and publicity activities of competing countries. In marketing and publicity activities, factors that can put Turkey at the forefront of health tourism should be used.

Keywords: Health Tourism, Medical Tourism, The demands of Health Tourists.

Sağlık Turistlerinin Talepleri Doğrultusunda Türkiye'nin Medikal Turizm Pazarındaki Durumunun Saptanması

Özet

Amaç: Medikal turizm, cerrahi müdahaleye ihtiyaç duyan insanların, daha profesyonel ve daha ucuz sağlık hizmetleri alma isteği üzerine, buldukları bölgeden başka bir bölgeye seyahat etmeleridir. Araştırmanın temel amacı, medikal turizm pazarındaki tüketici talebinin daha iyi anlaşılmasını sağlamak ve bu çıkarımlar doğrultusunda Türkiye'nin medikal turizm pazarında rekabet avantajı elde etmesi için neler yapılabileceğini ortaya koymaktır. Bu bağlamda araştırma

* The summary of this study was presented at the 5th International West Asia Congress of Tourism Research.

Türkiye'nin gelecekte medikal turizme yapacağı yatırımların doğru yönlendirilmesi açısından önem taşımaktadır.

Yöntem: Çalışmada betimsel araştırma yöntemi kullanılarak medikal turizmin mevcut durumu incelenmiş ve SWOT analizi yapılmıştır. İkincil veriler derlenerek Türkiye'nin mevcut durumunu ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda dünyadaki ve Türkiye'deki medikal turizm uygulamaları incelenmiş olup karşılaştırmalar yapılmıştır.

Bulgular: Araştırma sonuçları bir bütün olarak değerlendirildiğinde Türkiye'nin medikal turizm pazarında henüz istediği payı alamadığı görülmüştür. Türkiye, sağlık turizminde teknolojik gelişmelere ayak uydurmakla birlikte sağlık turizmi konusunda yeni yatırımlar da yapılmaktadır. Aynı zamanda kalkınma planlarında sağlık turizmine yer verilerek geliştirilmesi yönünde çalışmalar vardır. Bu çalışmalar sağlık turizminin kurumsallaşmasını ve koordineli bir şekilde planlanmasını sağlayacaktır.

Tartışma: Türkiye'nin alternatif turizm bakımından zenginliği göz önüne alınarak sağlık turizmi konusunda yatırımların çoğaltılması, sağlık turistlerinin taleplerinin araştırılması rekabet avantajını beraberinde getirecektir. Ulusal ve uluslararası tanıtım faaliyetleri planlanmalıdır. Rakip ülkelerin pazarlama ve tanıtım faaliyetleri analiz edilerek çıkarımlarda bulunulmalıdır. Pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinde Türkiye'yi sağlık turizminde ön plana çıkarabilecek unsurlar kullanılmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Turizmi, Medikal Turizm, Sağlık Turistinin Talebi.

Introduction

In recent years, people's perspective on tourism has changed to a great extent. The idea that tourism is a necessity rather than a luxury consumption has been put forward, this idea has been discussed a lot and has not reached a conclusion, but unlike tourism, health tourism is considered as a vital need. The desire to be healthy, which is included in the Maslow's hierarchy of needs at the first stage, explains why people regard health tourism as a vital need. In health tourism, where the aim is to stay healthy or to be healthy, the services provided are vital and involve risk for the consumer. As far as the vital functions of the consumer are concerned, the demand flexibility of the services offered in medical tourism is very low. Moreover, the fact that time is a major factor in the services offered in the health sector eliminates the seasonability of medical tourism. Medical tourism makes itself different from other types of tourism, with its own features. Health tourism is an important and large market in this regard.

In spite of the fact that Turkey has achieved important breakthroughs in health tourism, it still can not establish supremacy over its rivals and falls behind. According to these results, it is thought that the demands of the medical tourist have been determined improperly. From this point of view, the purpose of the study is to determine the current situation of Turkey in terms of medical tourism and to reveal its position in the market. This study will enable the demands of health tourists to be evaluated from a general perspective with the second data and statistical indicators by identifying the factors that will bring Turkey to the forefront of its rivals.

The Concept and Classification of Health Tourism

Health tourism, which is one of the sub-branches of tourism and is increasingly popular today, has been tried to be defined by many researchers especially in recent years and has had multiple definitions. While Pafford (2009) defines health trip that

people make to protect and improve their health as health tourism, the researcher argues that health tourism is not a new formation, contrary to popular belief, but a cultural transfer of thousands of years. Aydın (2012), on the other hand, defines health tourism as the movement of individuals who travel to a different region from their place of residence and stay in the region where they receive health care to protect their health or to be healthier. Kantar and Işık (2014), who make a similar definition with Aydın (2012), mention that there must be accommodation process of at least 24 hours for the health services received by an individual to be evaluated within health tourism. Contrary to other studies, in the studies of Tengilimoğlu and Işık (2010), it is emphasized that all trips that give people pleasure and comfort are called health tourism and the individuals taking part in health tourism are in search of a healthier body. The researchers has not mentioned that there should be any time restrictions to evaluate health services within health tourism. It is considered by the researchers that the reason for emergence of health tourism results from the quest of people who want to age peacefully. Based on the definitions of the researchers, health tourism can be interpreted as the search of individuals who use their scarce resources to protect health or to get healthy again and travel to a different region from their place of residence in line with this purpose.

Health tourism has a wide range of consumers, from individuals who want to protect their health to individuals who are looking for health. Although the general purpose of individuals who take part in health tourism is to tend to be healthy, lots of different classifications of health tourism have been stated to group and identify the individuals taking part in health tourism for different purposes and quests, but no common decision has been reached on classification. Reviewing the studies conducted in the literature (Tengilimoğlu, 2013; Tamer, 2020), it has been seen that health tourism is classified into four headings. The sub-headings in this classification are; thermal tourism, SPA-Wellness tourism, Third-age tourism and medical tourism. As for some studies (Aydın, et al, 2011; Yardan et al, 2014); the classification is grouped under three headings such as medical tourism, thermal tourism, senior and accessible tourism. In contrast to these studies, Mirza (2015) grouped health tourism under two headings, such as medical tourism and wellness tourism, while Özsanı and Karatana (2013) took an approach to the classification as five headings such as Spa tourism, spa-wellness, senior tourism, accessible tourism and medical tourism. Although classification systems titled two, three, four and five are included in the studies, triple and quadruple classification is used more when the current literature is considered. When health tourism is classified according to the masses it appeals to and the common goals of the masses, it can be grouped under three headings such as medical tourism, thermal tourism, senior and accessible tourism.

The Concept of Medical Tourism

Medical tourism is a field of health tourism that covers the whole range of surgical practices. (Tengilimoğlu and Işık, 2010). When the literature is reviewed, it is seen that there is no single and common definition for medical tourism, like health tourism. Harahsheh (2002) defines medical tourism as the activity of travelling of individuals, from their own country to another country for the purpose of any medical practice that

covers surgery and dentistry, which is the subject of the medical field. Connell (2006) and Cohen (2013), supporting a similar view, defined medical tourism as a type of tourism in which patients leave their residence for medical operations and travel to a different country. Carrera and Bridges (2006) focused on the concept of service. According to the researchers, medical tourism can be defined as the planned travel to an another country to improve individuals' mental and physical health, to enable people to feel better than usual and to receive treatment services. Jose and Sachdeva (2010) emphasized the economic aspect of medical tourism in terms of consumers. According to this definition, the main purpose of medical tourism is to benefit from advanced health services in another country at a low cost. When the definitions are compiled, it is possible to define medical tourism as the attempts of people who need surgical intervention to travel from their region to another region with the desire to be healthy and to receive the best service at the most affordable price in this process.

The Factors that Affect The Choice of Medical Tourists and Country

There are many different reasons for the increasing demand for the services and why the medical tourism market is growing day by day. One of the most important reasons is that with the development of medicine and science, the expected human lifespan has been extended more than double in the period from the 20th century to the 21st century (Roser et al, 2013). With the extension of human life span, the proportion of 60-year-old and the older group in the population rose and the demands for health care increased (Kozak et al., 2019). Citizens of countries that have difficulty in meeting this demand usually have a demand to travel for medical tourism to countries where they can get the fastest and highest quality services (Akbolat and Deniz, 2017). Some researchers have made definitions that medical tourists have different priorities in terms of choosing the country. According to the definitions of researchers, the factors that affect the choice of patients can be briefly listed as follows; the cost of health care, medical technology, the quality of health care services, specialty doctors in the field, transportation conditions, foreign language skills of the staff, proximity to the residence and whether the health institution, where the patient will receive service, is accredited (Barca et al, 2013; Crooks et al., 2017; Tontus, 2018; Bayar, 2019; Özkan, 2019).

The service expectation of patients that take part in medical tourism can be very different from each other. A clear 'needs analysis scheme' of a medical tourist can not be implemented since patients will have different sources of motivation and priorities in this process. There are different health tourism destinations where medical tourists can evaluate their advantages and disadvantages and choose the right one for themselves in the process. The most preferred cost-effective medical tourism countries have been listed in the American medical journal VeryWellHealt (Whitlock, 2021). The list includes Turkey, Mexico, Colombia, Costa Rica, India, Dominican Republic, Malaysia, South Korea and Thailand. In the tourism market, where there is global competition, various studies and researches were carried out in order to understand the needs of consumer in a better way and to respond to these demands in Turkish tourism industry. Reviewing the studies conducted in the literature, the needs and demands of medical tourists have been identified and listed accordingly. In the studies carried out by Özkan (2019) and

Bayar (2019) it was emphasized that the most important factors that affect the demands of medical tourists are the cost, effective treatment, a staff of specialist and accreditation of medical institutions.

One of the most effective factors in the choice of medical tourists' destination is the cost. Until the beginning of the twenty-first century, wealthy people who did not live in a developed country traveled to developed countries to be able to receive health-care services that they could not receive in their own countries or to get better health-care quality, but after the twenty-first century, medical tourist markets have begun to change. Trips to the developing countries have started to be organized in order to receive less costly and higher-quality healthcare service (Kantar and Işık, 2014). With the notable increase in neurological disorders, especially in countries with a high average age and in the Northern European countries, patients started to look for new economic solutions due to the fact that the care process was difficult and costly (Aktepe, 2013). The factor of low cost, which is the most significant feature of this search process, makes medical tourism attractive for patients. In parallel with this result, Yıldırım and Altunkaya (2006) also emphasized that cheap and high-quality service is one of the important factors in the growth and historical development of health tourism. When Table 1 is analyzed, it is seen that Turkey provides services at 50% to 60% more affordable costs, compared to the USA market. In addition, Turkey maintains a pricing policy at a level that can compete with Costa Rica and Thailand while it provides more affordable medical services than countries such as Mexico, Singapore, South Korea and Taiwan. As a result, Turkey, which offers treatment opportunities at a low cost in the medical tourism market, is in an accessible position for consumers.

Table 1. Medical Service Treatment Costs (\$) (2015)

Medical Products	USA	Costa Rica	India	Malaysia	Mexico	Singapore	South Korea	Taiwan	Thailand	Turkey
Average Savings	-	% 45-65	% 65-90	% 60-80	% 40-60	% 25-40	% 30-45	% 40-65	% 50-75	% 50-60
Coronary Artery Bypass Graft	88.000	31.500	14.400	20.800	37.800	54.500	29.000	21.000	23.000	16.500
Bypass Heart Valve Replacement	85.000	29.000	11.900	18.500	34.000	49.000	33.000	18.000	22.000	17.500
Hip Replacement	33.000	14.500	8.000	12.500	11.500	21.400	15.500	12.000	11.500	11.000
Knee Replacement	34.000	9.500	7.500	12.500	12.800	19.200	15.000	12.000	11.500	11.000
Spinal Fusion Surgery	41.000	17.000	9.500	17.900	22.500	27.800	18.000	18.000	16.000	13.500

IVF Treatment	15.000	-	3.300	7.200	7.800	9.450	7.500	4.800	6.500	3.600
Gastric Bypass Surgery	18.000	11.200	6.800	8.200	13.800	13.500	12.500	13.000	12.000	9.500
Dental Implants Dental Bridge	23.000	9.500	7.200	7.800	8.500	12.000	10.500	9.500	10.500	790
Face Lift	12.500	4.500	3.500	5.500	5.250	8.750	5.900	5.600	5.300	5.400
Rhinoplasty	6.200	3.400	2.800	3.600	2.800	4.750	4.700	3.500	4.300	3.000

Source: Arı, 2017.

Another factor that affects the choice of medical tourists' destination is the waiting period. In the USA, Britain and developed countries, medical tourists who want to receive medical services face long waiting times even if they take a risk paying high fees (Youngman, 2008). Among the reasons for the extension of patient waiting time, there may be a shortage of physicians and an insufficient number of beds. Accordingly, the bed capacity is of great importance. In a study carried out by Deniz (2016), the number of medical tourists that countries can serve on a year-by-year basis was included. India took the lead with an annual capacity of 8 million, Singapore was 7.7 million, Turkey, Malaysia and Thailand followed Singapore with an annual patient capacity of 7.5 million in this research. In addition to this, Asia, which is one of the most important regions in medical tourism, hosts many medical tourists every year. Thailand, Singapore, India, South Korea and Malaysia are among the Asian countries that play an active role in medical tourism (Connel, 2006). From this point of view, the fact that the number of medical patients that Turkey can serve annually is close to the leading Asian countries shows that Turkey is a country with high potential in medical tourism.

Having an accreditation certificate of international health care institutions is of critical importance for medical tourists. The lack of an accreditation certificate in health institutions causes some negative image of institutions such as the fact that the institution does not have standards of service and there is a high probability of bad examples (Barca et al., 2013). The research conducted by Bostan and Yalçın (2016) also supports this data; It is claimed that institutions with accreditation certificates have a great influence on the choice of country and hospital of health-care workers working in Turkey and medical tourists that come to Turkey. In the field of medical tourism, The Joint Commission International (JCI) is the most well-known commission that issues accreditation certificates and supervises medical institutions. The mission of JCI is to improve the safety and quality of patient care continuously and to monitor it in the process through accreditation and certification services in health institutions that serves in 80 countries.

In the Medical Tourism Evaluation Report of Turkey conducted by Republic of Turkey Ministry of Health (2013), it was explained that one out of every four medical tourists prefers hospitals that have a JCI accreditation certificate. Turkey is one of the countries that closely follows accreditation process in health. Until 2012, 10% of the hospitals with JCI accreditation certificate worldwide were located in Turkey (Zengingönül et al., 2012). The most recent data for today are shown in table 2. In 2021, It is seen that Turkey has more accredited health institutions than most of the countries in which it competes in terms of price and number of annual patient

hospitalizations. In medical tourism, where international competition is intense, Turkey is in a position to gain a competitive advantage over its rivals.

Table 2. The Number of Healthcare Institutions with JCI Accreditation in Countries

Thailand	India	Turkey	Malaysia	South Korea	Taiwan	Mexico	Singapore	Costa Rica
62	37	32	17	9	8	7	5	2

Source: Joint Commission International (2021). The Number of Healthcare Institutions with JCI Accreditation in Countries.

The principle of accessibility, which is one of the basic elements of the tourism product, is of great importance in the marketing of the product that will be offered to the consumer. Problems arise in terms of the marketing of tourism products in institutions that are far away from the consumer's location or do not have adequate transportation infrastructures, including products with high attractiveness. Accessibility refers to the proximity of tourist centers with high attractiveness to the target audience in the market and the ability to reach them at a low cost. In spite of the fact that accessibility also creates an attractiveness for the consumers with middle and upper income group, there is no obvious relation between low cost and attractiveness. For the middle and upper income group, time-cost is a more important criterion of attractiveness. Time is more important criterion than money for an American tourist, who goes to India to play golf, to be able to return his country as soon as possible-(Kozak et al., 2019). The same example will be applied to a medical tourist who has left his country for health care and wants to come to Turkey. Nowadays, many people have to cope with extended working hours at work, regardless of the continent. Potential health tourists who will leave their country for health care during these limited times will want to be able to return to their country within the shortest time. People who are short of time as they work, as well as elderly and sick people, will not want to travel for a long period of time. Under equal cost and terms of service, these groups will move to countries that close to their address of residence.

According to the health tourism reports of Association of Turkish Travel Agencies (2014), it is seen that the first three countries that choose Turkey in health tourism are Germany, Libya and Russia. It is also pointed out that the countries included in the report are not located geographically far from Turkey. It has been seen that people have access to transport from the mentioned countries in a short time by air transportation. It is indicated by airlines that Germany to Istanbul has an average flight time of 2 hours 30 minutes, from Libya to Turkey, it takes 2 hours 45 minutes and as for Russia to Istanbul, it takes 2 hours and 50 minutes. In the healthcare industry, where every second is important, the possibility of fast transportation to the service is literally vital for medical tourists.

Costa Rica, a small country located in Central America with a population of 5 million people, is ranked 7th in the Medical Tourism Index (The Medical Tourism Index, 2021). In a study of Costa Rica's medical tourism data were compiled, it was stated that 95% of the medical tourists that come to Costa Rica was coming from the North America and the tourists preferred Costa Rica most for the dental treatment. (Bawazeer, Rahman, Barkhuu, Ilic and Alag, 2016). Another study shows that 40% of health tourists that come to Costa Rica come only for the dental treatment (Borgen Project, 2019). Dental treatments are mostly medical operations that do not require hospitalisation and in which the patient is discharged during the day. As a result, it can be inferred from the data we have that a large part of the medical tourists who prefer Costa Rica may have chosen the country because it is close to their address of residence and they do not prefer to make long trips for services with a short treatment period.

Methods

The purpose of this study is to contribute to the position of Turkey to gain competitive advantage in the medical tourism market by understanding the demands and needs of medical tourist in a correct way. Qualitative research methods were applied in support of each other. Firstly, secondary sources were scanned and the concepts of health tourism, medical tourism and medical tourist were introduced in the national and international literature. The position of countries in the medical tourism market and the expenditures of medical tourists were compiled from statistics. In line with the purpose of this study, the current literature review was used to reveal the potential of medical tourism in Turkey. The data published by institutions and organizations such as the World Health Organization, the Ministry of Health, the Ministry of Culture and Tourism and the Turkish Statistical Institute have been collected. In addition, analysis has been carried out by using SWOT analysis in order to reveal the position of Turkey in the medical tourism market and to get a competitive advantage against other countries.

Findings

The Position of Turkey in the Health Tourism Market

It is possible to evaluate the position of Turkey in health tourism with data. The expenditure statistics of tourists that come to Turkey are listed in Table 3. When the data were analyzed, the expenditures made within health tourism increased by 62% in 2019. Expenditures on food&beverage, accommodation and expenditures made within package tours have fallen behind health tourism expenditures. In 2020, which is considered to be the pandemic period, tourism activities in general have come to a standstill. Tourism activities have been adversely affected by the pandemic worldwide. According to the data of 2020, it has been seen that health tourism expenditures belong to the area that depreciate the least compared to the previous year. In the first quarter of 2021, when the pandemic period continues, there was growth compared to the first quarter of the previous year. Compared to other fields, health tourism is the only tourism activity that has not experienced a downsizing.

Table 3. The Change in the Expenditure Rates of Tourists that Come to Turkey Compared to the Previous Year-Period (%)

Expenditures	2019	2020	2021 (First Quarter)
Package Tour	%13	%-77,5	-71
Accommodation	%21,4	-65,3	-44,8
Food&Beverage	%27,4	-58,3	-34
Health	%62	-48,5	4,7
Other	%12,4	-61,2	-32,5

Source: Turkish Statistical Institut (2021). The Change in the Expenditure Rates of Tourists that Come to Turkey Compared to the Previous Year-Period.

In Table 4, the number of health-care workers in Turkey is evaluated on the basis of years. Considering these data, the number of health workers has increased over the years. According to the general evaluation, the highest number in the distribution among health care workers consists of nurses with 190,499 people. The number of specialists is the largest number of employees when evaluated in terms of physicians. As of 2018, the number of specialist physicians is 82,984. The number of general practitioners is 44,053, the number of dentists is 30,615, and the number of assistant physicians is 26,181. 1 million 16 thousand 401 healthcare workers are working in total.

Table 4. The Number of Healthcare Workers in Turkey Over the Years

The Distribution of Health Workers	2002	2014	2015	2016	2017	2018
Specialist Physician	42.457	75.251	77.622	75.620	80.951	82.984
General Practitioner	30.900	39.045	41.794	43.058	44.649	44.053
Assistant Physician	15.592	21.320	21.843	23.149	24.397	26.181
Dentist	16.371	22.996	24.834	26.674	27.889	30.615
Pharmacist	22.289	27.199	27.530	27.864	28.512	32.032
Nurse	72.393	142.432	152.803	152.952	166.142	190.499
Midwife	41.479	52.838	53.086	52.456	53.741	56.351
Other Medical Personnel	50.106	138.878	145.943	144.609	155.417	177.409
Recruitment of Other Personnel and Services	83.964	303.110	311.337	321.952	339.241	376.367
Total Personnel	378.551	823.069	856.792	871.334	920.939	1.016.401

Source: Ministry of Health (2019). Health Statistics Yearbook.

Figure 1 shows the number of health tourists and medical tourists over the years. When the table is analyzed, it is seen that the number of tourists that come for health tourism and medical tourism increased between 2015 and 2019. Although there was a decrease in these numbers during the pandemic process, 338,150 people visited Turkey in 2020. 2019 was the year that had the visitors most with the number of 662,087 tourists. According to a general conclusion, the period in which tourists who come to Turkey for the purpose of health tourism receive the least services is 3rd quarter of the year, July-September. Based on this data, it is possible to say that health tourism, in addition to not having seasonal features, can be an alternative to mass tourism, which is an important source of income in Turkey.

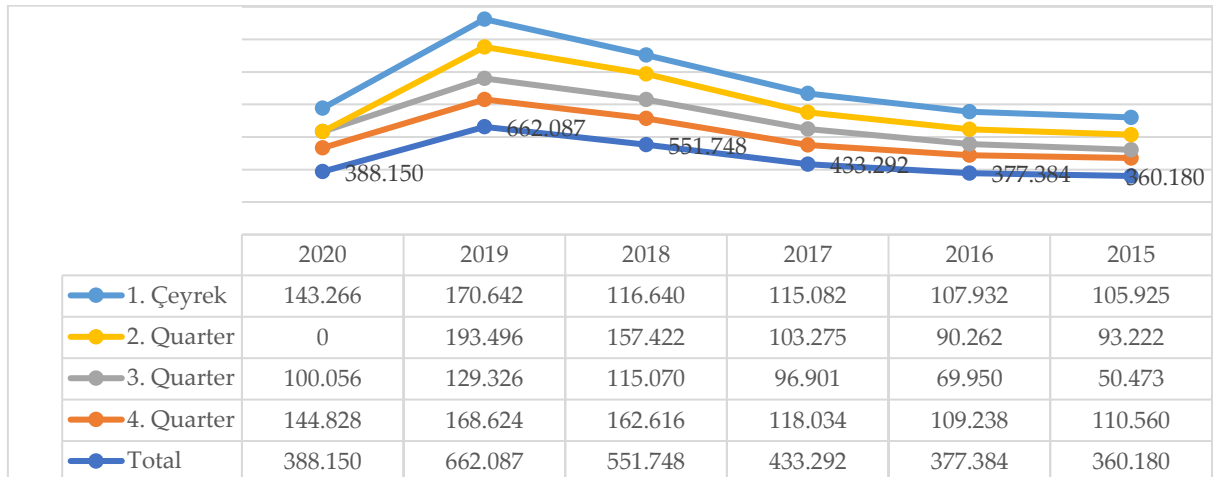


Figure 1. The Number of Tourists that Come for Health Tourism and Medical Tourism Over the Years

Source: Turkish Statistical Institute (2021). The Number of Tourists that Come for Health Tourism and Medical Tourism Over the Years.

Another of the health tourism data is the distribution of health tourism income over the years. Considering health tourism income of Turkey, there was a 12% increase in between 2015 and 2016, a 15% increase in 2016-2017, a 4% increase in 2017-2018, a 23% increase in 2018-2019 and a 48% decrease in between 2019 and 2020 in total income in terms of a year. The reason for this decrease in health tourism is the effects of the pandemic period on tourism sector. 2019 is the year when health tourism incomes are the highest. In total, \$ 1 million 65 thousand 105 was spent. It is possible to say that health tourism incomes increased in terms of year before the pandemic period. In addition, it is expected that an income of \$ 20 billion will be earned through health tourism in 2023, according to the data of the Ministry of Health.

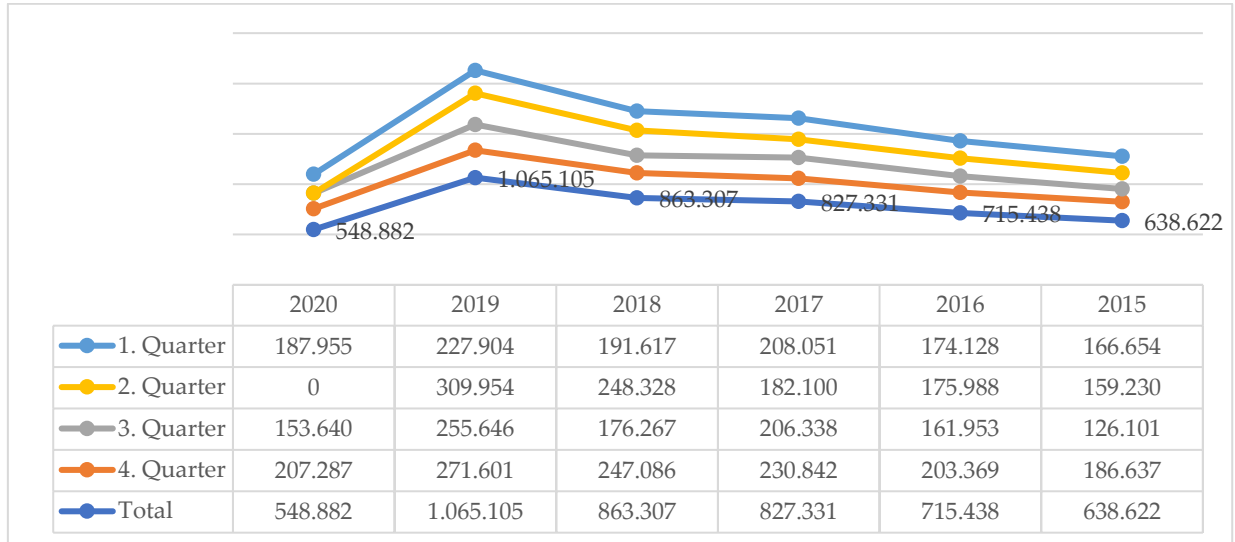


Figure 2. Health Tourism Income 2015-2020 (1.000 \$)

Source: Turkish Statistical Institute (2021). Health Tourism Income 2015-2020.

Table 5 shows that medical tourists, who prefer Turkey, prefer it due to the presence of tourism opportunities. In addition, the fact that it is not covered by insurance attracts medical tourists.

Table 5. The Reasons Why Countries Prefer Turkey in Medical Tourism

	Germany	Russia	England	USA	Libya	Holland	France	Azerbaijan	Central Asian Countries	Middle Eastern Countries
Price Difference	•		•	•		•	•			
Length of Waiting	•		•			•	•			
Technological Incompetence		•			•			•	•	•
Lack of Specialisation in Employees		•			•			•	•	•
Kinship Relationship								•	•	
Diaspora	•		•			•	•			

Non-Coverage Insurance	•	•	•	•		•	•	•	•	
The Need for A Specific Treatment Option		•			•			•	•	•
Cultural Similarity								•	•	•
Tourism Facilities	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•

Source: Directorate General of Health Services (2015). Turkey's Medical Tourism Preference Reasons by Country.

Findings Related to SWOT Analysis Strengths

Due to the fact that there are specialist physicians in their field in Turkey, the quality of services provided to health tourists is high.

With the presence of qualified medical professionals, it is able to compete with other medical institutions around the world.

Due to the quality of medical equipment in hospitals, the quality of service provided comes to the fore.

Technological developments are being followed within the scope of health tourism. In hospitals, devices with technological infrastructure are used in accordance with the needs of health tourists.

Healthcare costs are more affordable than in other countries. Thus, it provides health tourists with a cost advantage over other competing countries.

Services are provided at the international level with the high number of accreditations made with international institutions and organizations.

The number of patients it can serve in a year is higher than in other countries.

Turkey is rich in alternative tourism that is complementary to health tourism. Health tourism and medical tourism can be integrated with alternative types of tourism.

Health tourism policies have been established by carrying out coordinated studies with Ministry of Family and Social Services, Ministry of Health, Ministry of Culture and Tourism, Ministry of Economy and Ministry of Development. Thus, co-ordination among the institutions has been ensured.

Intermediary organizations such as accommodation enterprises and travel enterprises commissioned by the ministry in the field of health tourism are high in number.

Weaknesses

Some countries have a negative image of Turkey.

The statistical data shared on health tourism and medical tourism are limited.

Strategic plans are not yet at an adequate level within the scope of health tourism and medical tourism.

In the field of health tourism, there are few education options at bachelor's degree, associate degree and postgraduate degree levels.

Opportunities

Health tourism is included in the tenth and eleventh development plans. Thus, national and international health tourism will come to the forefront.

There are government incentives for health tourism. The legal regulations made on this issue are also an important factor.

Turkey is a country with easy access and high transportation diversity due to its location between the European and Asian continents. For this reason, it is possible for health tourists to prefer Turkey.

It is rich in thermal facilities that are used as a complementary factor in health care.

Turkey is a country that is rich in alternative types of tourism.

It is expected that the interest in health tourism will gradually increase with the increasing third-age population.

The increase in average lifespan is reinforced by the desire of individuals to live healthier.

Turkish citizens that live in other countries prefer Turkey for their health services.

Threats

Other competing countries are strong on health tourism. The countries have an advantageous position in terms of the number of health workers and the technologies used.

Political instability in neighbouring countries adversely affects tourists who come or plan to come to our country.

Terrorist incidents in our country negatively affect tourism activities.

Geographical distance to countries that are developed in health tourism such as the United States, is a disadvantage.

Since the medical tourism advertising of each country is legally different, publicity activities are incomplete and inadequate.

Result

Health tourism is an increasing market, due to the increased third-age population, the desire of people to live longer and the desire to be healthy. In this type of tourism, where the main purpose is to be healthy or stay healthy, the length of stay is longer compared to other types of tourism. In addition, it does not have a seasonality feature.

Currently, arrangements are also made to bring health tourism to the forefront. It is obvious that medical tourism activities will develop in Turkey due to the fact that health tourism is included in the eleventh development plan of Turkey. Accordingly, it is possible to make data access easier. In the eleventh development plan, it has been emphasized that qualitative and quantitative developments will be included in order to increase the awareness of Turkey in health tourism. In addition, it was highlighted that publicity activities within the scope of health tourism should be given importance by putting an emphasis on international accreditation too. According to the results of the research, as mentioned in the SWOT analysis, the plans and policies to be put forward in terms of health tourism, it will also enable coordinated work while ensuring competitiveness. Coordination between institutions and organizations will also be able to remove obstacles in terms of the development of health tourism. In spite of the fact that Turkey has the critical items highlighted in the studies in its inventory, it still can not establish supremacy over its rivals and falls behind. According to these results, it is seen that the needs of the medical tourist

have been identified incorrectly or Turkey has made mistakes in marketing. In order to gain more market share on the basis of competing countries, activities should be carried out that can improve health tourism. Especially, publicity and marketing activities should be directed by supporting alternative types of tourism integrated with health tourism and health tourism. Thus, it will be possible to go beyond the seasonality feature of tourism and talk about tourism activities that span the year.

The results of the research are similar to the results of other studies conducted in the field of health tourism and medical tourism. According to Özkan (2019), the reasons why health tourists prefer Turkey are that it has an international accreditation certificate, has a high level of medical technology and has specialized medical personnel. In addition, the results of this research also showed similarities in the light of the data compiled and the results of the SWOT analysis.

In this study, unlike other studies in the literature, the opinion was expressed that geographical location and accessibility play a more important role in the choices of medical tourists than indicated in previous studies. Especially, the limited time of patients with middle and upper income groups and the fact that elderly and sick people are mostly sensitive to long trips support this view.

The geographical location of Turkey, its richness in alternative types of tourism, its advantage in terms of costs compared to competing countries are important factors for the development of health tourism. By using these elements correctly, it is critical to determine the demands of health tourists to increase market share. For this purpose, it is thought that policies and strategies should be created by analyzing the health tourism activities of competing countries. Considering the results of the research as a whole, it is possible to introduce the following recommendations:

- Turkish citizens that live abroad come to Turkey within the scope of health tourism. Incentives can be introduced to enable these citizens to prefer Turkey for health tourism.
- National and international publicity activities should be planned. Inferences should be made by analyzing the marketing and publicity activities of competing countries. In marketing and publicity activities, factors that can put Turkey at the forefront of health tourism should be used.
- In order to develop health tourism, it is essential to share statistical data. The sharing of data plays an important role in determining the demands of health tourists.
- Health tourism on a regional basis should be introduced with complementary types of tourism. Alternatives to health tourism such as thermal tourism, spa and wellness tourism, nature tourism should be created.
- It is possible to carry out activities that encouraging national and international health tourism by creating "health packages" by travel agencies.
- Research should be conducted that deals with the issue of health tourism in various aspects. In this context, it is suggested that individuals who will conduct research in the literature should conduct comparative analyses of medical tourism trends based on countries.

References

- Aktepe, C. (2013). Sağlık turizminde yeni fırsatlar ve Türkiye’de yerleşik sağlık işletmelerinin pazarlama çabaları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 170-188. Retrieved from https://isarder.org/isardercom/2013vol5issue1/vol5_issue1_article010full_text.PDF.

- Arı, H. (2017). Pazarlama perspektifinden medikal turizm ve Türkiye'nin medikal turizmdeki yeri. *Sağlık Yönetimi Dergisi*, 1(1), 1-10. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/saglik/issue/30164/337437>.
- Aydın, D., Aypek, N., Aktepe, C., Şahbaz, R. P. & Arslan, S. (2011). Türkiye'de medikal turizmin geleceği. *Sağlık Bakanlığı Yayınları*, 1-22. Retrieved from <https://www.byclb.com/Files/turizm/turkiyede-medikal-turizm-gelecegi.pdf>.
- Aydın, O. (2012). Türkiye'de alternatif bir turizm; sağlık turizmi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 91-96. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kmusekad/issue/10213/125512>.
- Barca, M., Akdeve, E. & Balay, İ. G. (2013). Türkiye sağlık turizm sektörünün analizi ve strateji önerileri. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 64-92. Retrieved from https://www.isarder.org/isardercom/2013vol5issue3/vol.5_issue.3_article05full_text.pdf.
- Bayar, K. (2019). *Dünyada ve Türkiye'de sağlık turizminin önemi ve gelişimi: Antalya yöresi araştırması* (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi: Antalya.
- Bawazeer, A., Rahman, A., Barkhuu, O., Ilic, N. & Alag, R. (2016). Medical tourism cluster. <https://www.isc.hbs.edu/Documents/resources/courses/moc-course-at-harvard/pdf/studentprojects/Costa%20Rica%20Medical%20Tourism%202016.pdf>. 23.09.2021.
- Borgen Project (2019). Medical Tourism in Costa Rica. <https://borgenproject.org/medical-tourism-in-costa-rica/>. 23.09.2021.
- Bostan, S. & Yalçın, B. (2016). Sağlık turistlerinin medikal destinasyon seçimini etkileyen faktörler. *Journal of International Social Research*, 9(43). Retrieved from <https://www.sosyalarastirmalar.com/articles/factors-affecting-the-medical-destination-selection-of-health-tourists.pdf>.
- Carrera, P. M. & Bridges, J. F. (2006). Globalization and healthcare: understanding health and medical tourism. *Expert Review of Pharmacoeconomics & Outcomes Research*, 6(4), 447-454. Doi: [10.1586/14737167.6.4.447](https://doi.org/10.1586/14737167.6.4.447).
- Cohen, I. G. (2013). Transplant tourism: the ethics and regulation of international markets for organs. *The Journal of Law, Medicine & Ethics*, 41(1), 269-285. Doi:[10.1111/jlme.12018](https://doi.org/10.1111/jlme.12018).
- Connell, J. (2006). Medical tourism: Sea, sun, sand and... surgery. *Tourism Management*, 27(6), 1093-1100. Doi:[10.1016/j.tourman.2005.11.005](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.11.005).
- Crooks, V. A., Ormond, M. & Jin, K. N. (2017). Reflections on medical tourism from the 2016 Global Healthcare Policy and Management Forum. *In BMC Proceedings, BioMed Central*. 11(8), 1-4. Doi: [10.1186/s12919-017-0075-8](https://doi.org/10.1186/s12919-017-0075-8).
- Deniz, M. (2016). Türkiye sağlık turizmi ve seçilmiş ülkelerle karşılaştırılması, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Atılım Üniversitesi: İstanbul.
- Directorate General of Health Service (2015). Turkey's medical tourism preference reasons by country. <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/TR-23591/turkiyenin-saglik-turizmindeki-onemi.html> 21.09.2021.
- Harahsheh, S. (2002). Curative tourism in Jordan and its potential development (Unpublished Thesis). *Bournemouth University*: UK.
- Horowitz, M. D., Rosensweig, J. A. & Jones, C. A. (2007). Medical tourism: globalization of the healthcare marketplace. *Medscape General Medicine*, 9(4), 33. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2234298/>.
- Joint Commission International (2021). Number of healthcare establishments in countries with JCI accreditation 2021 <https://www.jointcommissioninternational.org/about-jci/accredited-organizations/>. 15.09.2021.

- Joint Commision International (2021). JCI. <https://www.jointcommissioninternational.org/about-jci/>: 15.09.2021.
- Jose, R. & Sachdeva, S. (2010). Keeping an eye on future: Medical tourism. *Indian journal of community medicine: official publication of Indian Association of Preventive & Social Medicine*, 35(3), 376. Doi: 10.4103/0970-0218.69247.
- Kantar, G. & Işık, E. (2014). Türkiye’de sağlık turizmi. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 1(1), 15-20. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sagakaderg/issue/46757/586444>.
- Kozak, N., Kozak, M. A. & Kozak, M. (2019). *Genel turizm ilkeler ve kavramlar*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Mirza, N., (2015). *Sağlık turizmi işletmeciliği*. (Ed. A. Timur & Ö. Bardakoğlu) turizm işletmeciliği içinde (s. 401, 418). Detay Yayıncılık: Ankara.
- Ministry of Health (2013). Directive on health services to be provided within the scope of health tourism and tourist health. <https://www.saglik.gov.tr/TR,11286/saglik-turizmi-ve-turist-sagligi-kapsaminda-sunulacak-saglik-hizmetleri-hakkinda-yonerge.html>. 24.09.2021.
- Ministry of Health (2019). Health statistics yearbook 2018. <https://sbsgm.saglik.gov.tr/TR-62398/saglik-istatistikleri-yilligi-2018-yayinlandi.html>. 07.09.2021.
- Özkan, M. E. (2019). Sağlık turizmi kapsamında Türkiye’nin medikal turizm potansiyeline yönelik bir değerlendirme. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 50-64. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/turek/issue/51493/663950>.
- Özsarı, S. H. & Karatana, Ö. (2013). Sağlık turizmi açısından Türkiye’nin durumu. *Journal of Kartal Training & Research Hospital/Kartal Eğitim ve Arastırma Hastanesi Tıp Dergisi*, 24(2). Doi: 10.5505/jkartaltr.2013.69335.
- Pafford, B. (2009). The third wave-medical tourism in the 21st century. *Southern Medical Journal*, 102(8), 810-813. Doi: 10.1097/smj.0b013e3181aa8ce4 .
- Roser, M., Ortiz-Ospina, E. ve Ritchie, H. (2013). Life expectancy. Our world in data <https://ourworldindata.org/life-expectancy>. 08.09.2021.
- Tamer, G. (2020). Sağlık turizmi kapsamında estetik uygulamalar üzerine bir araştırma: İstanbul ili Bakırköy ilçesi örneği, (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), İstanbul Gelişim Üniversitesi: İstanbul.
- Tengilimoğlu, D. (2013). *Sağlık turizmi*. Siyasal Kitabevi: Ankara.
- Tengilimoğlu, D. & Işık, O. (2010). *Sağlık turizmi yönetimi*. İstanbul Üniversitesi: İstanbul.
- The Medical Tourism Index (2020-2021). <https://www.medicaltourism.com/mti/home>. 23.09.2021.
- The Medical Tourism Index 2020-2021. <https://www.medicaltourism.com/mti/home>. 23.09.2021.
- Tontus, H. Ö. (2018). Sağlık turizmi tanıtımı ve sağlık hizmetlerinin pazarlanması ilkeleri üzerine değerlendirme. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 3(1), 67-88. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/522461>.
- Turkish Statistical Institute (2021). Number of tourists coming for health tourism and medical tourism by years. <https://www.tuik.gov.tr/>. 21.09.2021.
- Turkish Statistical Institute (2021). Health tourism income 2015-2020. <https://www.tuik.gov.tr/>: 21.09.2021.
- Turkish Statistical Institute (2021). The change in the expenditure rates of tourists that come to Turkey compared to the previous year-period. <https://www.tuik.gov.tr/>. 20.09.2021.
- Yardan, E. D., Dikmetaş, H., Us, N. C., & Yabana, B. (2014). Türkiye ve dünya’da sağlık turizmi. *Sağlıkta Performans ve Kalite Dergisi*, 8(2), 27-42. <https://dergipark.org.tr/en/pub/spkd/issue/29268/313404>.
- Yıldırım, H. H. ve Altunkaya, U. (2006). Türkiye’nin sağlık turizmi potansiyeli ve güçlükler. (www.absaglik.com / 24 Mayıs 2006) <https://docplayer.biz.tr/2154695-Turkiye-nin>

[saglik-turizmi-potansiyeli-ve-guclukler-turkiye-nin-saglik-turizmi-potansiyeli-ve-guclukler-dr-hasan-huseyin-yildirim-umran-altunkaya.html](http://www.imtj.com/articles/2009/company-funded-medical-travel/). 06.09.2021.

- Youngman, I. (2008). Will the boss pick up the bill?. *The International Medical Travel Journal*, 5, 16-21. <http://www.imtj.com/articles/2009/company-funded-medical-travel/>.
- Zengingönül, O., Emeç, H., İyilikçi, D. E., & Bingöl, P. (2012). *Sağlık turizmi: İstanbul'a yönelik bir değerlendirme*. İstanbul Kalkınma Ajansı: İstanbul.
- Whitlock, J. (2021). What You Should Know About Medical Tourism. Verywell Health. <https://www.verywellhealth.com/understanding-medical-tourism-4069869>. 08.09.2021.

Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Vizyoner Liderlik Modelinin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Adana İli Örneği

Dr. Öğr. Üyesi Gamze ERYILMAZ
İskenderun Teknik Üniversitesi
Turizm Fakültesi
gamze.eryilmaz@iste.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0003-0588-8021>

Yüksek Lisans Öğr. İsmail DEMİRCİ
İskenderun Teknik Üniversitesi
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
idemirci.lee20@iste.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-2416-1912>

Dr. Öğr. Üyesi Fatih ÖZDEMİR
İskenderun Teknik Üniversitesi
Turizm Fakültesi
fatih.ozdemir@iste.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-9087-6211>

DOI: <https://doi.org/10.37847/tdad.1031526>

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Makale Gönderim Tarihi: 02.12.2021

Makale Kabul Tarihi: 01.03.2022

Özet

Amaç: Bu çalışmada, işgören tarafından algılanan vizyoner liderlik modelinin işgörenlerin örgütsel bağlılık düzeyi üzerindeki etkisinin ortaya konması amaçlanmıştır. İlgili amaç doğrultusunda Adana ilinde yer alan yiyecek-çecek işletmelerinde istihdam edilen işgörenler üzerinde uygulama gerçekleştirilmiştir.

Yöntem: Nicel araştırma deseniyle alan araştırılması yapılmış ve kolayda örnekleme metodundan yararlanılarak elde edilen veriler anket formu yardımıyla toplanmıştır.

Bulgular: Anket çalışması İskenderun Teknik Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği kurulunun 14.01.2021 tarih ve E.1415 sayılı kararına göre 15.06.2021-15.10.2021 tarihleri arasında Adana'da faaliyet gösteren 450 yiyecek-çecek işletme çalışanlarına uygulanmıştır. Bu kapsamda 399 veri değerlendirilmeye alınmıştır. Analiz sonucunda genel anlamda yiyecek-çecek işletme çalışanların vizyoner liderlik algılarının örgütsel bağlılık düzeyleri üzerinde olumlu ve anlamlı yönde bir etkisinin olduğu saptanmıştır. Vizyoner liderlik boyutlardan sadece risk faktörünün çalışanların örgütsel bağlılık düzeyleri üzerinde olumlu ve anlamlı düzeyde bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir.

Tartışma: Elde edilen sonuçlardan hareketle yiyecek çecek işletmeleri, işletme içerisindeki yönetici vasfındaki çalışanlarının vizyonerlik özelliklerini geliştirmeye yönelik eğitimler vermeli ve düzenli olarak seminerler düzenlemelidir. Her ne kadar liderlerin vizyonerlik özelliğinin çalışanların örgütsel bağlılık düzeyi üzerinde olumlu etkisi tespit edilse de kısa süreli vizyonerlik özelliğinin getirisi de kısa vadeli olduğundan dolayı liderler vizyonerlik özelliklerini sürekli hale getirebildikleri ölçüde çalışanlarının örgütsel bağlılık düzeylerine olumlu katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Vizyoner Liderlik, Örgütsel Bağlılık, Yiyecek-İçecek İşletmeleri, Adana.

The Effect of The Visionary Leadership Model on Organizational Commitment in Food-Beverage Businesses: Adana Province Example

Abstract

Aim: In this study, it is aimed to reveal the effect of the visionary leadership model perceived by the employees on the organizational commitment level of the employees. In line with the related purpose, an application was carried out on the employees employed in the food and beverage businesses in Adana.

Method: A field study was conducted with a quantitative research design and the data obtained by using the convenience sampling method were collected with the help of a questionnaire.

Findings: The survey was applied to 450 food and beverage business employees operating in Adana between 15.06.2021 and 15.10.2021, according to the decision of the Scientific Research and Publication Ethics Committee of İskenderun Technical University, dated 14.01.2021 and numbered E.1415. In this context, 399 data were evaluated. As a result of the analysis, it has been determined that the visionary leadership perceptions of the food and beverage business employees have a positive and significant effect on their organizational commitment levels. It was determined that only the risk factor among the visionary leadership dimensions did not have a positive and significant effect on the organizational commitment levels of the employees.

Discussion: Based on the results obtained, food and beverage businesses should provide trainings and organize seminars regularly to improve the visionary qualities of their managers in the business. Although the leadership's visionary feature has a positive effect on the organizational commitment level of the employees, the short-term visionary feature will also make a positive contribution to the organizational commitment levels of their employees as long as the leaders can make their visionary features permanent.

Key Words: Visionary Leadership, Organizational Commitment, Food and Beverage Businesses, Adana.

Giriş

Küresel bir boyuta ulaşan artan rekabet koşulları, teknolojik gelişmeler ve buna bağlı olarak işletme sistemlerindeki değişimler gerek mal gerekse hizmet üreten işletmelerin bu zorlu koşullarda hayatta kalmalarını güçleştirmektedir (Doğanay, Şen 2016, s. 324). İşletme yöneticileri geleneksel yönetim anlayışlarına bağlı kalmayıp çağın şartlarına ayak uydurduğu ölçüde varlıklarının devamını sağlayabilmektedir. Liderlik, bir grup ya da örgütün belirli amaç ya da amaçların gerçekleştirilmesine yönlendirilebilmeyi etkileme sürecidir. Başka bir ifadeyle belirli bir amaca yönelik olarak yapılacak olan icraatların tek bir kişi tarafından yönlendirilmesi olarak tanımlanabilir (Özgen ve Yalçın 2015, s. 180). Kesken ve Ayyıldız (2008) ise liderliği "Bireyler tarafından gerçekleştirilen ve diğer bireylerin ortaklaşa yaratılan vizyona dönük olarak bir araya gelmesini, istekli ve coşkulu olarak ortak hedefleri benimsemesini ve bu hedeflerin gerçekleştirilmesi için güçlenerek bütün varlıkları ile katkıda bulunulmasını sağlayan enerjik bir süreç" olarak tanımlamaktadır.

Vizyon; gelecekte varılması planlanan hedef ve gayelerin tümü olarak adlandırılmaktadır (Akçakaya, 2010, s. 212). Vizyoner lider; içerisinde bulunan koşulları

değerlendirerek geleceğe yönelik sağlam bir çalışma programı hazırlayan, karşılaşılabilecek olumsuzlukları öncesinde öngörebilen ve takipçilerini bu anlamda yönlendiren modern liderlik tarzını benimseyen yöneticidir (Robbins, 2000).

Örgüt; belirli bir misyon dahilinde belirli bir amaca ulaşmaya yönelik bir araya gelen insanlar topluluğunu; örgütsel bağlılık ise bu amaca hizmet etmekte olan işgörenin yaptığı işe olan bağlılığını, sadakatini ve devamlılığının ortaya konmasını ifade etmektedir (Eren, 2003). Örgütlerin en büyük problemlerinin bağlılık seviyesi düşük ve dolayısıyla düşük performans ile çalışan işgören olduğu düşünülürse, yöneticilerinin benimseyecek oldukları vizyoner liderlik modelinin işgörenin örgüte olan bağlılık düzeyleri üzerinde olumlu etkisi olacağı aşikârdır (Yıldırım, 2011).

Hizmet sektöründe, üretim kalitesinin en önemli kaynağı olan personelin misafire/müşteriye karşı sergileyeceği tutumda işletmenin tamamının imajı yansıtılmaktadır. Yani müşterinin bütün işletme hakkında olumlu ya da olumsuz deneyimini tek bir personel etkileyebilmektedir (Akıncı, 2016). Personelin sergileyeceği davranış/hareketlerinin şekillenmesinde rol oynayan en büyük faktör ise liderlik rolünü üstlenen yöneticilerinin benimseyeceği yönetim modelidir. Çok fazla elastik yapısı olan ve her koşuldan etkilenen (ekonomik istikrar, doğal afetler, siyasal istikrar vb.) sektörlerin başında hizmet sektörü yer almaktadır (Akıncı, 2016). Hizmet sektörü içerisinde yadsınamayacak kadar aktif bir rolü olan yiyecek-içecek işletme yöneticilerinin ileriye yönelik belirleyecek olduğu hedefler iş gücü kaybını, olması gerekenden fazla maliyet kaybını ve pazar kaybının önüne geçerek mevcut takipçilerinin örgüte olan bağlılık düzeylerine olumlu yönde katkıda bulunabilecektir.

Bu çalışmada, işgören tarafından algılanan vizyoner liderlik modelinin işgörenlerin örgütsel bağlılık düzeyleri üzerindeki etkisinin ortaya konması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Adana ilinde yer alan yiyecek- içecek işletmelerinde istihdam edilen 450 çalışandan veri toplanmıştır. Elde edilen verilere uygulanan sapan analizi sonucu 51 sapan/uç değer veren veri tespit edilmiş ve analiz sürecinden çıkartılmıştır. Dolayısıyla analiz sürecine 399 veri ile devam edilmiştir. Araştırma kapsamında belirlenen vizyoner liderliğin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinin turizm sektörünün sadece otel işletme kolunda ele alınmış olması (Dalgın, 2008), herhangi bir yiyecek-içecek işletmesinde çalışılmış olmaması ve vizyoner liderliğin alt boyutlarının (iletişim, güvenilirlik, risk, saygı ve odak) örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinin daha önce herhangi bir çalışmada incelenmiş olmaması bu çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Araştırma sonucu elde edilen verilerin alan yazına katkı sağlamasıyla beraber araştırmanın gerçekleştirildiği alanda bulunan işletme yöneticilerinin yönetsel-organizasyonel karar verme süreçlerini olumlu yönde etkileyeceği; bunun sonucunda yiyecek-içecek işletmelerinde istihdam edilen işgörenin örgüte olan bağlılık düzeylerinin yükseltilerek sunulacak olan hizmet kalitesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Vizyoner Liderlik

Vizyon kelimesi Latince kökenli “videre” sözcüğünden türemiş olup, uyanık olmak, anlamak ve kavramak gibi anlamlara gelmektedir (Erçetin, 2000). Vizyoner Lider ise liderlik vazifesini yürüttüğü grup ya da örgütün amaç ve hedefleri doğrultusunda, içerisinde bulunduğu durumun şartlarına göre düşünüp, değerlendirip geçmişteki deneyim-tecrübeleriyle harmanlayarak yönetim modeli benimseyen kişidir (Erçetin, 2000). Ayrıca vizyoner lider, liderliğini sürdürdüğü örgüt ya da grubun içerisinde ya da dışarısında yaşanan durumlar fark edip, değerlendirerek takipçilerini bu anlamda yönlendirme kabiliyeti olan kişidir (Ehtiyar ve Tekin, 2011, s. 4010). Sürekli olarak kendilerini geliştirmek isterler ve iyi bir şeyler yapma uğraşısı içerisine girerler (Snyder, 1999, s. 75). Aynı zamanda çok yönlü ve anlamsız verilere anlamlı bir boyut kazandırarak bunu fırsata ve vizyona dönüştürüp işgörene aktarır (White, 2006, s. 72; Drucker, 2000, s. 73). Vizyoner liderin dün ve bugün’den öte “yarın” ile alakalı olduğu görülmektedir. Çınar ve Kaban (2012) tarafından vizyoner liderlik dört alt boyutta incelenmiştir; Vizyoner düşünce; vizyoner liderlik modelini benimseyen liderlerin, amaçları doğrultusunda izlenecek yolu, ulaşılabilecek hedefleri tanımlamalı ve vizyonu işgörene açık bir şekilde ifade etmelidir. İşgören örgüt faaliyetlerine hâkim olup, bunları önceliğine göre faaliyet sıralaması oluşturmalarıdır (Robbins, 2000, s. 245). Eylem odaklı olma; vizyoner liderin üzerindeki iş yükünü astlarına yayarak yani yetki devri yöntemiyle organizasyonu oluşturan bütün işgörenlerin planlama sürecine katkısını sağlar. Bu durum personelin işi sahiplenmesine, keyif almasına ve dolaylı olarak performans artışına neden olacaktır (Robbins, 2000, s. 245). Değişimlere açık olma: vizyoner liderliğin esasında olan değişim, dinamizmi yüksek olan günümüz dünyasının ayrılmaz bir parçası olmaktadır. Klasik yönetim anlayışı yerine çağın gerektirdiği yenilikleri benimseyen, bunu takipçilerine aktararak yeniliği sistemin vazgeçilmez bir unsuru haline getiren kişi, vizyonerliği liderlik özelliklerine en etkili bir şekilde yansıtabilecektir (Tekin, 2007). Geleceğin resmi: vizyoner liderler, liderlik vasfını yürüttüğü organizasyonu geleceğe hazır hale getirmekle sorumludur. Karşılaşılan olumsuz durumla alakalı yeni fikirler üretir, bu fikirler doğrultusunda plan-proje hazırlayarak işgörenleri bu doğrultuda yönlendirir (Özeroğlu ve Koçyiğit 2020, s. 15). Vizyoner liderliğin aynı zamanda üç temel rolü vardır (Çelik, 1997; Tanrıbil, 2015). Bunlardan ilki yolu görmektir. Burada yol, vizyonun gelecekteki betimlemesidir. Ulaşılması gereken asıl hedeftir. Vizyonerliği kendine benimseyen lider, aynı zamanda içerisinde bulunduğu örgüt ya da grup için en uygun yolu görebilen kişidir. Geleceğe yönelik amaç-hedefi olan yöneticinin yolu görme kaygısı ve arayışı olabilir. Geleceğe yönelik plan-projesi olmayan yönetici yolu göremez ve amaçlarına yönelemez. Bir diğer vizyoner liderlik rolü ise yolda yürümektir. Sadece yolu görmek, vizyoner lideri başarıya götürmez. Yolu görmek kadar yolda yürümekte lideri başarıya götüren temel faktörlerden birisidir. Yolda yürümek, vizyoner liderin kararlılığını ve azmini ortaya koyar. Görünen ile yürünen yol birbirinden farklı ise vizyoner liderin başarısından söz etmek mümkün değildir. Ancak tek bir yol görüp, o yolda ilerleyen, vizyoner liderlik davranışı sergileyen lider amaçları doğrultusunda başarıya ulaşır. Yol

olmak ise üçüncü vizyoner liderlik rolüdür. Vizyoner lider, belirlediği vizyon çerçevesinde insanları yönlendirebilme kabiliyeti olan kişidir. Yol olmaktan kasıt yol açmaktır. Açılan bu yolda vizyoner lidere güvenip, onunla birlikte yol alan kişiler başarıya ulaşmaktadır. Vizyon, körü-körüne bağlılığı kesinlikle reddeden, güncel yaklaşımları destekleyen bir faktördür. Vizyonun amaca yönelik gidişatın olumsuz yönde olması durumunda yeni yol arayışı içine girilebilir.

Örgütsel Bağlılık

Birden fazla kişinin belirli bir amacı gerçekleştirme doğrultusunda oluşturduğu yapıya örgüt adı verilmektedir (Eren, 2003). Örgütsel faaliyetin oluşabilmesi için belirli bir amaca yönelik bir araya gelen topluluğun çaba, bilgi ve yeteneklerini bu anlamda birleştirerek belirli bir koordinasyon ve iş planlamasıyla tek bir amaca hizmet etmeleri gerekmektedir (Şimşek, 2008). Örgütsel bağlılık ise işgörenin bağlı olduğu işletmeye olan sadakatini ortaya koymaktadır. Ayrıca örgütsel bağlılığı yüksek olan personelin verimi artmakta ve bu bağlamda işe geç gelme, devamsızlık, işten ayrılma gibi durumların yaşanmasının önüne geçilmektedir (Doğan ve Kılıç, 2007, s. 38). Örgütsel bağlılık, işgörenlerin örgüt amaç ve hedefleri doğrultusunda yaptığı işe ve örgüte olan psikolojik bağlılıklarını ifade etmektedir (Çekmecelioğlu, 2006, s. 155). İşletmelerin hedeflerine ulaşmaktaki asıl gücü işgörenlerdeki yaptığı işe karşı sevgisi/sadakati ve işyeriyle ilgili memnuniyet ve tatminidir. Bundan dolayı işgörenlerin organizasyona karşı sadakatini ve bağlılığının sağlanması, mal ve hizmet üretmek gibi temel bir gereksinimdir (Fındık ve Eryeşil, 2012). Meyer ve Allen (1991) ise örgütsel bağlılığı "Psikolojik bir boyutu bulunan, işgörenlerin örgüt ile etkileşimi ve ilişkisiyle şekillenen ve bunun sonucunda örgütte daimî olarak devamlılık kararı almalarını sağlayan bir davranışlar bütünü" olarak tanımlanmaktadır. Meyer ve Allen ayrıca örgütsel bağlılığı; duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık olarak üç farklı sınıflandırmaya tabi tutmuştur (Allen ve Grisaffe, 2001, s. 209).

Duygusal bağlılık, işgörenlerin, örgütün amaç ve hedeflerini gönülden benimsemesini ve bu doğrultuda olağanüstü bir performans göstermesini ifade etmektedir. İşgörenin kendisinin örgüt için önemini hissettiği bir sınıflandırmadır (Allen ve Meyer, 1997). Duygusal bağlılık, işgören kendisini herhangi bir baskı zorlama altında bulunmadan gönülden örgütte bulunma isteğidir (Frow, 2007, s. 243). Devam bağlılığı, işgörenin örgüte karşı yaptığı maddi ve manevi her türlü yatırım nedenini göz önünde alarak kendini örgütte devam etme zorunluluğunu hissetme durumudur (Durna ve Eren, 2005, s. 211). Normatif bağlılık, işgörenlerin örgütte devam etmeyi ahlak ve sadakat gibi minnet duygusuna bağlamasıdır. Kendini kuruma adanmayı ve her şartta kurumla devam etmeyi esas alan yaklaşımdır. Normatif bağlılıkta kişisel çıkardan ziyade yapılan işin doğruluğu ve ahlaki boyutu önemlidir (Powell ve Meyer, 2003, s. 159).

Örgütsel bağlılık, üç faktörle karakterize edilmektedir (Eisenberg, Eric, Monge ve Miller, 1983, s. 181). Bunlar; örgütün değerlerine güçlü bir inanç gösterip amaçlarını benimsemek, örgüt yararına yapılan işlerde isteklilik göstermek ve örgütte varlığının sürdürülmesine güçlü bir inanç duymaktır.

Vizyoner Liderlik ve Örgütsel Bağlılık

Vizyoner liderin çalışanlarını motive etmekteki asıl gücü vizyondur. Lider, vizyonun öncüsü konumundadır ve çalışanların işletme vizyonundaki amaç ve hedeflerine ulaşmasını sağlar. Çalışanlarına söz hakkı tanıyarak onları da operasyonun bir parçası haline getiren vizyoner lider, çalışanların yaptığı işe sıkı sıkıya bağlanmasına ve bu işi başarıyla sonuçlandırmak için üstün performans göstermesine neden olmaktadır (Quigley, 1998, s. 280). Vizyoner liderlik modelini benimseyen liderler, işgörenlerin örgüt misyon ve vizyonu ile bütünleşmesini sağlayarak örgüte olan sadakatini artırır. Bu da işgörenin örgütsel bağlılık düzeyini maksimize edebilmektedir (Goleman, Boyatzis ve Mckee, 2002). Net bir vizyona sahip olan liderin, örgütsel değer ve hedefleri açık bir şekilde ortaya koyması, işgörenin örgüte olan bağlılığına artııcı bir etki göstermektedir. Yani vizyoner liderlik yönü güçlü olan bir liderin, işgörenin işletmeye olan bağlılığına olumlu yönde etkisi vardır (Dury, 2004). Çalışanlarıyla sürekli irtibat halinde olan, onların fikir ve düşüncelerine saygı duyarak ve üzerindeki bir takım yetki ve sorumlulukları örgüt içerisinde yetki devri yapıp herkesi yönetimin bir parçası haline getiren vizyoner lider, çalışanların sergileyeceği performansa, iş tatminine ve örgüt istikrarına; dolayısıyla mal/hizmet üretiminin sonucuna kalite çıktısı olarak yansıtacaktır (Quigley, 1998, s. 280). Lider, vizyonerlik özelliğini çalışanlara aktarabildiği ölçüde onların örgütsel bağlılığına katkıda bulunacaktır (Jacobsen ve House, 2001; Dalgın, 2008). Vizyonerlik özelliği güçlü olan liderin örgüt içinde yer alan işgörenlerin birbirleri ve liderleri arasındaki iletişimi ve etkileşimi olumlu yönde etkilediği ve bununla beraber işgörenlerin örgüte olan bağlılık düzeylerini de arttırmaktadır (Karahan, 2008). Etkileme, cesaretlendirme, yönlendirme ve vizyonerlik gücü yüksek olan liderin işgörenler arasında rol model olarak benimsenmesine ve onların örgütsel bağlılık düzeylerine olumlu yönde katkı sağladığı neticesine ulaşılmıştır (Tanrıbil, 2015). Astlarının ihtiyaç ve beklentilerini dikkate alan, vizyonerlik özelliğiyle gelecekte karşılaşılabilecek olumsuzluklara karşı tedbirler olarak yönetiminde bulunduğu örgütü koruyan ve kollayan vizyoner lider, çalışanlarının örgütsel bağlılık düzeylerini maksimize edebilmektedir (Çatır, 2009).

Vizyoner liderliğin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini inceleyen Jacobsen ve House (1999); Goleman, Boyatzis ve Mckee (2002); Drury (2004); Dalgın (2008); Karahan (2008); Çatır (2009) ve Tanrıbil, (2015) vizyoner liderliğin örgütsel bağlılık üzerinde olumlu yönde etkisini tespit etmiştir.

Vizyoner liderlik ve örgütsel bağlılık arasındaki bahsi geçen çalışmalardan hareketle, yiyecek-içecek işletmesi çalışanlarının vizyoner liderlik algılarını ve örgütsel bağlılıklarını ölçen bu çalışmada da benzer ilişkinin olacağı ön görülmüştür. İlgili öngörü paralelinde işgörenler tarafından algılanan vizyoner liderlik algısının örgütsel bağlılık düzeyleri üzerinde olumlu etkisinin olabileceğine yönelik aşağıda yer verilen H₁ hipotezi ve vizyoner liderliğin alt boyutlarına bağlı olarak alt hipotezler geliştirilmiştir. Araştırmanın grafiksel modeli Şekil 1.'de sunulmaktadır.

H1: Vizyoner liderlik modelinin çalışanların örgütsel bağlılık düzeyleri üzerinde olumlu yönde ve anlamlı düzeyde bir etkisi vardır.

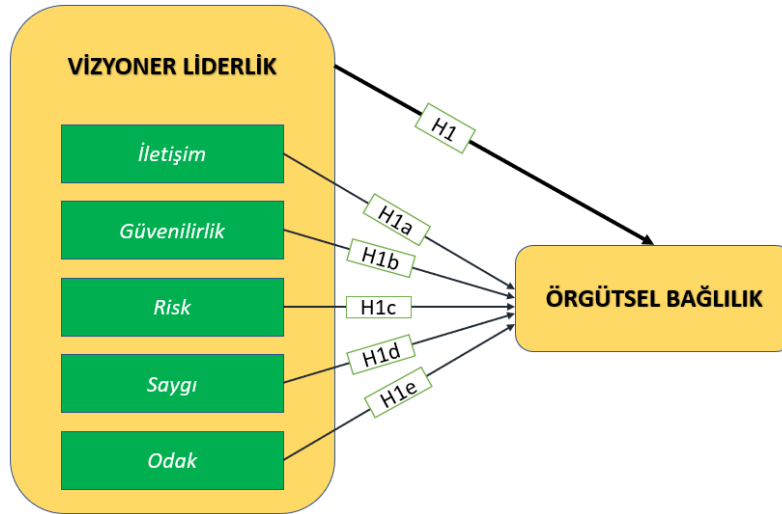
H1a: Vizyoner liderliğin iletişim boyutunun, çalışanların örgütsel bağlılık düzeyleri üzerinde olumlu yönde ve anlamlı düzeyde bir etkisi vardır.

H1b: Vizyoner liderliğin güvenilirlik boyutunun çalışanların örgütsel bağlılık düzeyleri üzerinde olumlu yönde ve anlamlı düzeyde bir etkisi vardır.

H1c: Vizyoner liderliğin risk boyutunun çalışanların örgütsel bağlılık düzeyleri üzerinde olumlu yönde ve anlamlı düzeyde bir etkisi vardır.

H1d: Vizyoner Liderliğin saygı boyutunun çalışanların örgütsel bağlılık düzeyleri üzerinde olumlu yönde ve anlamlı düzeyde bir etkisi vardır.

H1e: Vizyoner liderliğin odak boyutunun çalışanların örgütsel bağlılık düzeyleri üzerinde olumlu yönde ve anlamlı düzeyde bir etkisi vardır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırma Yöntemi

Araştırma, nicel araştırma desenine göre yürütülmüştür. Veri toplama sürecinde, çalışanların vizyoner liderliğe ilişkin görüşleri ile örgütsel bağlılık düzeylerinin ortaya konması amacıyla anket formu kullanılmıştır. Anket çalışmasının ilk kısmında katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumunu, işletme içerisinde ve buldukları pozisyonlarda deneyim sürelerini tespit etmeye yönelik altı adet kapalı uçlu, işletmedeki pozisyonlarını belirlemeye yönelik ise bir adet açık uçlu soruya yer verilmiştir.

Araştırmanın verilerinin toplanmasında iki farklı ölçek kullanılmıştır. Bu ölçeklerden birincisi Sashkin'in (1996) geliştirip, Yeyrek'in (2018) çalışmasında kullandığı vizyoner liderlik ölçeğidir. Vizyoner liderlik ölçeği; iletişim, güvenilirlik, risk, saygı ve odak olmak üzere toplam 5 boyuttan ve 25 maddeden oluşmaktadır (Örnek ifadeler: "Yöneticim, iletişim kurarken net ve anlaşılır bir dil kullanır.", "Konuları anlaşılır bir hale getirmek için

elinden geleni yapar, hatta sıra dışı yöntemlere başvurur.”, “Uzun vadeli hedef ve planları herkesin anlayabileceği şekilde anlatır.”).

İkincisi ise Meyer ve Allen (1991) tarafından geliştirilip, Kaya ve Selçuk (2007) tarafından Türkçeye uyarlaması yapılan örgütsel bağlılık ölçeğidir. Örgütsel bağlılık ölçeği; duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık olmak üzere toplamda 3 boyuttan ve 18 maddeden oluşmaktadır (Örnek ifadeler: “Kariyerimin geri kalanını bu organizasyonda geçirmekten mutluluk duyarım.”, “İşyerimin sorunlarını kendi sorunlarım gibi hissederim.”, “İşyerimde kendimi ‘ailenin bir parçası’ olarak hissederim”). Her iki ölçeğin yanıt kategorisi olarak “Kesinlikle Katılmıyorum, Katılmıyorum, Orta Düzeyde Katılıyorum, Katılıyorum, Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde 5’li derecelemeden yararlanılmıştır.

Araştırma evrenini Adana ilinde faaliyet gösteren bütün yiyecek-içecek işletmesi çalışanları oluşturmaktadır. Adana ilinde yiyecek-içecek hizmetleri alanında toplamda 2348 işletme ve ilgili işletmelerde istihdam edilen 11834 çalışan bulunmaktadır (SGK, 2019). Zaman, mekân ekonomik durum gibi kısıtlılıklardan ötürü evrenin tamamına ulaşılması güç olduğundan dolayı evren sonsuz kabul edilmiş, örneklem büyüklüğü 0,95 güven düzeyine (%95 güven aralığı) ve ± 5 örnekleme hatasına göre hesaplanmış olup, sonsuz evren hesaplamasından hareketle bu çalışmaya en az 384 kişinin katılımının uygun olduğu belirlenmiştir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s. 50). Anket çalışması İskenderun Teknik Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği kurulunun 14.01.2021 tarih ve E.1415 sayılı kararına göre 15.06.2021-15.10.2021 tarihleri arasında kolayda örnekleme tekniği ile 450 yiyecek-içecek işletmesi çalışanına uygulanmıştır. Çalışma sonuçlarının net bir şekilde ortaya konması adına sapan analizi sonucu uç değer verdiği tespit edilen 51 anket çalışması analiz sürecine dahil edilmemiş ve 399 katılımcı bu kapsamda araştırmanın örneklemini olarak kabul edilmiştir. Dolayısıyla değerlendirilmeye alınan ilgili örneklemin evrene genellenebilir düzeyde olduğu söylenebilir.

Bulgular

Araştırma kapsamında elde edilen 450 anket verisine ilk olarak sapan analizi uygulanmış ve 51 uç/sapan değer veren veri analize dahil edilmeden 399 anket verisi ile sürece devam edilmiştir. Uygulanan çoklu normal dağılım testi sonucuna göre ise “Vizyoner Liderlik” ölçeğinin kritik korelasyon katsayısı ,991 (25 madde için kritik korelasyon katsayısı $>$,928) ve “Örgütsel Bağlılık” ölçeği için kritik korelasyon katsayısı ,978 (18 madde için kritik korelasyon katsayısı $>$,907) değerinin tespit edilmiştir. Elde edilen değerler ilgili ölçek verilerinin normal dağılım gösterdiğini ifade etmektedir (Kalaycı, 2010).

Analiz sürecine dahil olan 399 kişinin demografik özelliklerinin ifade edildiği bilgiler Tablo 1.’de ifade edilmektedir. Tablo.1’de yer alan bilgilere göre araştırmaya dahil olan kişilerin %64’ü “Erkek” ve %36’sı “Kadın” dır. Katılımcıların yaş kategorilendirilmesi yapıldığında ise %33’ünün “18-25 yaş”, %26’sının “26-30 yaş”, %15’inin “31-35 yaş”, %12’sinin “36-40 yaş”, %9’unun “41-45 yaş” ve %5’inin “46 ve üzeri” yaş grubuna dahil

oldukları anlaşılmaktadır. Medeni durumlarına ilişkin kendilerine yöneltilen soruya ise katılımcıların %58'lik kısmı "Bekar", %42'lik kısmı ise "Evli" yanıtını vermiştir.

Tablo 1. Katılımcılara İlişkin Demografik Özellikler

	Demografik Değişkenler	n	%		Demografik Değişkenler	n	%
<i>Cinsiyet</i> <i>n=399</i>	Kadın	144	36	<i>İşletmedeki Pozisyon</i> <i>n=384</i>	Servis Personeli	165	43
	Erkek	255	64		Mutfak Personeli	72	19
<i>Yaş</i> <i>n=399</i>	18-25 yaş	132	33		Bar Personeli	54	14
	26-30 yaş	103	26		Kasiyer	33	9
	31-35 yaş	59	15		İşletme Yetkilisi	31	8
	36-40 yaş	47	12		Diğer	29	7
	41-45 yaş	37	9		5 yıl ve altı	190	48
<i>Medeni Durum</i> <i>n=399</i>	46 ve üzeri	21	5		6-10 yıl	121	30
	Bekar	232	58		11-15 yıl	57	14
<i>Eğitim Durumu</i> <i>n=381</i>	Evli	167	42		<i>İşletmede Çalışma Süresi</i> <i>n=399</i>	16-20 yıl	13
	İlk ve Orta Öğretim	223	58	21-25 yıl		11	3
	Ön Lisans	92	24	26 yıl ve üzeri		7	2
	Lisans	53	14	5 yıl ve altı		207	52
	Lisansüstü	13	4	<i>Mevcut Pozisyonda Çalışma Süresi</i> <i>n=399</i>	6-10 yıl	110	28
					11-15 yıl	59	15
					16-20 yıl	15	3
					21-25 yıl	6	1
				26 yıl ve üzeri	2	1	

Katılımcıların eğitim durumunu belirleme amacıyla kendilerine yöneltilen "eğitim durumunuz" sorusuna ise %58'lik bir kısım "İlk ve Orta Öğretim", %24'lük bir kısım "Ön Lisans", %14'lük kısmı "Lisans" ve %4'lük kısmı "Lisansüstü" bir eğitim-öğretim programından mezun olduğunu belirtmiştir. 18 kişi ise herhangi bir şekilde bir tahsile sahip olmadığını bildirerek bu soruyu boş bırakmıştır. Katılımcıların çalıştıkları işletmedeki pozisyonlarını belirlemeye yönelik kendilerine yöneltilen açık uçlu "Pozisyonunuz" sorusuna ise %43'lük kısım "Servis Personeli", %19'lük kısım "Mutfak Personeli", %14'lük kısım "Bar Personeli", %9'lük kısım "Kasiyer", %8'lik kısım "İşletme Yetkilisi" ve %7'lik kısım bu kategorilendirme dışında kalan farklı bir pozisyonda çalıştığını (Vale, Güvenlik Görevlisi, Rezervasyon Görevlisi, Temizlik Personeli vb.) belirtmiştir. Katılımcıların buldukları işletmede çalışma süresini belirlemeye yönelik kendilerine yöneltilen "İşletmede Çalışma Süresi" sorusuna ise %48'lik kısmı "5 yıl ve altı", %30'lük kısmı "6-10 yıl", %14'lük kısmı "11-15 yıl", %3'lük kısmı "16-20 yıl", %3'lük kısmı "21-25 yıl" ve %2'lik kısmı "26 yıl ve üzeri" yanıtını vermiştir. Buldukları pozisyondaki çalışma sürelerini belirlemeye yönelik kendilerine yöneltilen "Mevcut Pozisyonda Çalışma Süresi" sorusuna ise katılımcıların %52'lik kısmı "5 yıl ve altı", %28'lik kısmı "6-10 yıl", %15'lik kısmı "11-15

yıl", %3'lük kısmı "16-20 yıl", %1'i "21-25 yıl" ve geriye kalan %1'lik kısım "26 yıl ve üzeri" yanıtını vermiştir.

Araştırmada veri toplama amacıyla kullanılan "Vizyoner Liderlik" ve "Örgütsel Bağlılık" ölçeklerinin yapısal geçerliliğini test etmek amacıyla ölçeklere doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. DFA'da ölçme modeline ait standardize katsayı değerlerinin 0.50 altında olmaması ölçme modelinin kabul edilmesinde önemli bir gösterge olarak kabul edilmektedir (Fornell ve Larcker, 1981, s. 46). Bununla birlikte gözlenen değişkenlerin t-değerlerinin 0.05 anlam düzeyinde 1.96'dan büyük olması gerekmektedir (Jöreskog ve Sörbom, 1993, s. 107).

DFA analizi Vizyoner Liderlik ölçeği için iki aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. İlk analiz sonuçlarına göre (Güvenilirlik (1)-"Yöneticim, güvenilir bir kişiliğe sahiptir."; Risk (1)-"Yöneticim, insanların yeni fikir ve projeleri gönülden benimsemelerini sağlar."; Saygı (2)-"Yöneticim, işi ve pozisyonu nedeniyle kendisiyle gurur duyar., Yöneticim, örgüt için öneminin farkındadır.") dört madde 0.50'nin altında standardize katsayı değeri göstermesi sebebi ile analizden çıkarılmıştır. Sonraki analiz sonuçlarına göre ise her boyutu ölçen maddelere ilişkin standardize katsayıların 0.50'nin üzerinde değer verdiği ve t-değerlerinin ise 1.96'dan büyük olduğu gözlenmiştir. Bu bağlamda ölçme modelinin istatistiksel açıdan anlamlı (>1.96) ve kabul edilebilir (>0.50) olduğu söylenebilir (p<0.001). Doğrulayıcı faktör analizine ilişkin bulgular Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Vizyoner Liderlik Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi

Yapılar	Maddeler	Faktör Yüğü	t-değeri	AOV	Güvenilirlik*
<i>İletişim</i>	1. VLİ	0.74	15.94	0.50	0.82
	2. VLİ	0.71	14.66		
	3. VLİ	0.70	14.59		
	4. VLİ	0.70	14.56		
	5. VLİ	0.60	11.84		
<i>Güvenilirlik</i>	6. VLG	0.73	15.53	0.53	0.82
	7. VLG	0.81	17.93		
	8. VLG	0.74	15.84		
	9. VLG	0.60	11.98		
<i>Risk</i>	10. VLR	0.77	15.50	0.46	0.77
	11. VLR	0.73	14.88		
	12. VLR	0.58	10.92		
	13. VLR	0.61	11.36		
<i>Saygı</i>	14. VLS	0.61	11.19	0.40	0.64
	15. VLS	0.62	11.46		
	16. VLS	0.58	10.95		
<i>Odak</i>	17. VLO	0.57	10.62	0.37	0.74
	18. VLO	0.57	10.64		
	19. VLO	0.58	10.52		

20. VLO	0.60	11.23
21. VLO	0.67	13.19

VLİ: Vizyoner liderlik ölçeği iletişim boyutu; VLG: Güvenilirlik boyutu; VLR: Risk boyutu; VLS: Saygı boyutu; VLO: Odak boyutu
*CR- Composite Reliability- Bileşik Güvenilirlik

DFA analizi sonrası standardize katsayı değerleri baz alınarak, açıklanan ortalama varyans (AOV) (*standardize katsayı değerlerinin kareleri toplamı/değişken sayısı*) ve güvenilirlik değerleri (*standardize katsayı değerleri toplamı / (standardize katsayı değerleri toplamı+ hata payları toplamı)*) hesaplanmıştır. İlgili hesaplamalar doğrultusunda elde edilen güvenilirlik değerlerinin 0.70'in üzerinde ve AOV değerlerinden büyük olması arzu edilmektedir (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010, s. 664).

Tablo 2. incelendiğinde, en yüksek güvenilirlik katsayısının 0.82 (İletişim ve Güvenilirlik), en düşük güvenilirlik katsayısının 0.64 (Saygı) olduğu görülmektedir. Bu bağlamda güvenilirlik katsayısına ilişkin değerlerin Saygı boyutu haricinde 0.70 üzerinde olduğu görülmektedir. Saygı boyutuna ilişkin değer, arzu edilen kriter katsayısına göre düşük değer gösterse de elde edilen AOV değerinden yüksek oranda değer göstermiştir. Netice itibarıyla Tablo 2'den hareketle ölçme modeline ait standardize değerlerin ve t-değerlerinin kabul edilebilir sınırlar içerisinde ve güvenilirlik değerlerinin AOV değerlerinden büyük olması sebebi ile modelin bir bütün olarak kabul edilebilir olduğu söylenebilir.

Ölçme modeline ilişkin uyum iyilikleri de modelin bütünsel olarak değerlendirilmesi açısından önemli kriterlerdendir. Bu kapsamda ölçme modelinde $X^2=350.82$ ve $df=179$ olmasına bağlı olarak $X^2/df=1.95$ (X^2/df 'nin 2'nin altında olması iyi bir model, 5'in altında olması ise kabul edilebilir bir model işaret etmektedir (Hair vd., 2010, s. 645) değeri modelin kabul edilebilir sınırlar içinde olduğunu göstermektedir. Yaklaşık hataların karekökü anlamına gelen RMSEA (Root Means Square Error of Approximation) değeri ise diğer bir önemli uyum iyiliği olarak kabul edilmektedir (Schumacher ve Lomax, 2004). Bu değer 0.06 – 0.08 aralığında olması modelin iyi uyuma sahip olduğunu gösterir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyükoztürk, 2012, s. 269-271). Bu kapsamda analiz sonucu elde edilen RMSEA (0.049) değerinin ilgili kriteri sağladığı söylenebilir.

Ölçme modelinin kabul edilebilir olup olmadığını belirleyen bahsi geçen uyum iyiliklerinin yanı sıra, analiz sonucu baz alınan bazı uyum iyilikleri de bulunmaktadır. Analiz sonuçlarına göre bu uyum iyiliklerinden SRMR=0.52; NNFI= 0.96; NFI = 0.94; CFI= 0.97 olarak bulunmuştur. Elde edilen değerlerden hareketle uyum iyiliklerine ilişkin değerlerin, kabul edilebilir sınırlar içinde olduğu (Hair vd., 2010, s. 640-646; Çokluk vd., 2012, s. 269-272) tespit edilmiştir. İlgili tespitler paralelinde ölçme modelinin de kabul edilebilir ve anlamlı bir model olduğu söylenebilir ($p<0.001$).

DFA analizi 'Örgütsel Bağlılık' ölçeği için de iki aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. İlk analiz sonuçlarına göre ("İstesem bile şu an işyerimden ayrılmak benim için çok zor olurdu.", "Şu an işyerimden ayrılmak istediğime karar verirsem hayatımın büyük bölümü

olumsuz etkilenir.”, “Şu an işyerimde kalmam, bir istek olduğu kadar gerekliliktir.”, “İşyerimden ayrılmayı düşünmek için çok az seçeneğim olduğunu düşünüyorum.”, “İşyerimden ayrılmama nedenlerimden biri de olası işyeri alternatiflerin azlığıdır.”, “İşyerime bu kadar katkım olmasaydı, başka bir yerde çalışmayı düşünebilirdim.”, “İşyerimde çalışmaya devam etmek için kendimi zorunlu hissedirim.”, “Benim için avantajlı olsa bile, işyerimden şimdi ayrılmak bana doğru gelmiyor.”, “İşyerimden şimdi ayrılırsam suçluluk hissedirim.”) dokuz madde 0.50'nin altında standardize katsayı değeri göstermiştir. Bu nedenle ilgili maddeler ikinci aşamada analizden çıkarılmıştır. İkinci aşamada gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre ise maddelere ilişkin standardize katsayıların 0.50'nin üzerinde değer verdiği ve t-değerlerinin ise 1.96'dan büyük olduğu gözlenmiştir. Bu bağlamda ölçme modelinin istatistiksel açıdan anlamlı (>1.96) ve kabul edilebilir (>0.50) olduğu söylenebilir (p<0.001). Örgütsel bağlılık ölçeğine ilişkin doğrulayıcı faktör analizi bulguları Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Örgütsel Bağlılık Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi

Yapı	Maddeler	Faktör Yüğü	t-değeri	AOV	Güvenilirlik*
Örgütsel Bağlılık	ÖB1	0.66	13.93	0.41	0.86
	ÖB2	0.67	14.22		
	ÖB3	0.67	14.22		
	ÖB4	0.69	14.79		
	ÖB5	0.69	14.90		
	ÖB6	0.64	13.54		
	ÖB7	0.58	11.90		
	ÖB8	0.50	9.97		
	ÖB9	0.57	11.64		

*CR- Composite Reliability- Bileşik Güvenilirlik

Tablo 3 incelendiğinde, güvenilirlik katsayısının 0.86 olduğu görülmektedir. Bu bulguya göre güvenilirlik katsayısına ilişkin değerin 0.70 üzerinde ve AOV değerinden büyük olduğu görülmektedir. Tablo3'ten hareketle ölçme modeline ait standardize değerlerin ve t-değerlerinin kabul edilebilir sınırlar içerisinde ve güvenilirlik değerinin AOV değerinden büyük olması sebebi ile modelin bir bütün olarak kabul edilebilir olduğu söylenebilir.

Ölçme modelinde $X^2=108.18$ ve $df=27$ olmasına bağlı olarak $X^2/df=4$ değeri modelin kabul edilebilir sınırlar (Hair vd., 2010: 645) içinde olduğunu göstermektedir. Bir diğer uyum iyiliği olarak kabul edilen RMSEA değeri ise 0.08 olarak bulunmuştur. Bu bulguya göre elde edilen değerin kabul edilen uyum iyiliği kriterini sağladığı söylenebilir. Analiz sonuçlarına göre baz alınan uyum iyiliklerinden SRMR=0.48; NNFI= 0.96; NFI = 0.96; CFI= 0.97 olarak bulunmuştur. Elde edilen değerlerden hareketle uyum iyiliklerine ilişkin değerlerin, kabul edilebilir sınırlar içinde olduğu (Hair vd., 2010, s. 640-646; Çokluk vd., 2012, s. 269-272) belirlenmiştir. İlgili tespitler paralelinde ölçme modelinin de kabul edilebilir ve anlamlı bir model olduğu söylenebilir (p<0.001).

Analiz sürecinin sonraki aşamasında, araştırma değişkenleri arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik ilgili değişkenlere korelasyon analizi uygulanmıştır. Değişkenlerin birbiriyle olan ilişkisi (pearson correlation) ve anlamlılık düzeyleri Tablo.4'te ifade edilmektedir.

Tablo 4. Değişkenlere İlişkin Korelasyon Analizi

Değişkenler (n=399)	Vizyoner Liderlik	İletişim	Güvenilirlik	Risk	Saygı	Odak
Vizyoner Liderlik	1					
İletişim	.773** .000	1				
Güvenilirlik	.656** .000	.440** .000	1			
Risk	.625** .000	.232** .000	.159** .000	1		
Saygı	.690** .000	.486** .000	.449** .000	.268** .000	1	
Odak	.690** .000	.459** .000	.408** .000	.255** .000	.534** .000	1
Örgütsel Bağlılık	.644** .000	.538** .000	.494** .000	.203** .000	.594** .000	.545** .000

**p<0.01

Tablo 4'ten hareketle vizyoner liderlik ile örgütsel bağlılık arasında ($r=.644$; $p<0.01$) olumlu yönde ve orta düzeyde ilişki olduğu belirlenmiştir. Örgütsel bağlılık ile vizyoner liderliğin alt boyutları arasında ise; iletişim ($r=.538$; $p<0.01$); güvenilirlik ($r=.494$; $p<0.01$); saygı ($r=.594$; $p<0.01$) ve odak ($r=.545$; $p<0.01$) arasında olumlu yönde ve orta düzeyde bir ilişki saptanmış olup, örgütsel bağlılık ile vizyoner liderliğin alt boyutu olan risk ile olumlu yönde ve zayıf düzeyde ($r=.203$; $p<0.01$) bir ilişki olduğu belirlenmiştir (Kalaycı, 2010).

İlgili değişkenler arasındaki ilişki testten hareketle araştırmanın hipotez testi süreci için basit ve çoklu-doğrusal regresyon analizlerinden yararlanılmıştır. Bu bağlamda öncelikli olarak "H1: Yiyecek-İçecek işletme çalışanlarının vizyoner liderlik algılarının örgütsel bağlılık düzeyleri üzerinde olumlu ve anlamlı düzeyde bir etkisi vardır." hipotezini test etmek için basit doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır. Analiz sonucu elde edilen değerler ise Tablo 5.'te sunulmuştur.

Tablo 5. Vizyoner Liderliğin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi

<u>Model</u>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t- değeri	Anlam düzeyi	Bağlantı İstatistikleri	
	β	Std. Hata	β			Tolerans	VIF
(Sabit)	1.237	.194	-	6.392	.000	-	-
Vizyoner Liderlik	.759	.045	.644	16.793	.000	1.000	1.000
Bağımlı Değişken:		Örgütsel Bağlılık					
DW: 1.012		Model-1: R: .644 ^a ; R ² : .414; F: 282.017, p<0.01					

Tablo 5.'ten hareketle oluşturulan model anlamlı bulunmuştur (F: 282.017; p<0.001). Modele göre bağımlı değişkene (örgütsel bağlılık) ilişkin toplam varyansın %41,4'ünün bağımsız değişken (vizyoner liderlik) tarafından açıklandığı anlaşılmaktadır (Büyüköztürk, 2013, s. 98). Sabit terimin 1.237 olarak bulunması, bağımsız değişkenin sıfır olmasında dahi örgütsel bağlılık için 1.237 birimlik değer elde edilmesini ifade etmektedir. Vizyoner liderlikteki bir birimlik artışın örgütsel bağlılığı .759 birim artırdığı anlaşılmaktadır (Kalaycı, 2010, s. 268). Varyans şişkinlik faktörü (VIF) değerinin 10'dan küçük olması (Field, 2000) ve tolerans değerinin .010 değerinden büyük (Tolerans=1.00; VIF=1.000; p<0.0001) olması çoklu doğrusal bağlantı olmadığını ifade etmektedir (Özdamar, 2011, s. 526; Sipahi B., Yurtkoru, S.E. ve Çinko, M., 2010, s. 170; Çokluk vd. 2012, s. 36). Hata terimlerinin ardışık bağımlılık gösterme durumunu ortaya koyan Durbin-Watson değerinin 2'den farklı olması (DW=1.012; p<0.0001) otokorelasyon probleminin olmadığını ifade etmektedir (İslamoğlu ve Alnaçık, 2019, s. 388).

Bu bağlamda araştırma kapsamında ana hipotez olarak belirlenen *H1: Restoran çalışanlarının vizyoner liderlik algılarının örgütsel bağlılık düzeyleri üzerinde olumlu ve anlamlı düzeyde bir etkisi vardır.* hipotezi istatistiksel olarak desteklenmiş ve **H1 hipotezi kabul edilmiştir** (H1, $\beta=0.759$; p=0.000).

Analiz sürecinin sonraki aşamasında H1_a, H1_b, H1_c, H1_d ve H1_e hipotezlerini test etmek amacıyla çoklu-doğrusal regresyon analizinden yararlanılmıştır. Elde edilen değerler Tablo 6.'da ifade edilmiştir.

Tablo 6. Çoklu-Doğrusal Regresyon Analizi

<u>Model</u>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t- değeri	Anlam düzeyi	Bağlantı İstatistikleri	
	β	Std. Hata	β			Tolerans	VIF
(Sabit)	.629	.201	-	3.122	.002	-	-
İletişim	.168	.034	.216	4.906	.000	.659	1.517

Güvenilirlik	.161	.038	.178	4.210	.000	.715	1.398
Risk	.007	.020	.014	.366	<u>.714</u>	.923	1.083
Saygı	.313	.050	.292	6.323	.000	.602	1.662
Odak	.210	.044	.215	4.822	.000	.645	1.551
Bağımlı Değişken:							
Örgütsel Bağlılık							
DW: 1.237							
Model: R: .705 ^a ; R ² : .491; F:77.756, p<0.01							

Tablo 6'ya göre Model-2 anlamlı bulunmuştur (F: 77.756; p<0.0001). Modele göre, bağımlı değişkene (örgütsel bağlılık) ilişkin toplam varyansın %49,1'i bağımsız değişkenler (iletişim, güvenilirlik, risk, saygı ve odak) tarafından açıklandığı ifade edilmektedir (Büyüköztürk, 2013, s. 98). Sabit terim değerinin .629 olması, bağımsız değişkenlerin sıfır olması durumunda da örgütsel bağlılık için .629 birimlik değer artışı elde edileceğini ifade etmektedir. İletişim değişkenindeki bir birimlik artış örgütsel bağlılığı .168 birim artırırken, güvenilirlikteki bir birimlik artış .161; saygıdaki bir birimlik artış .313 ve odaktaki bir birimlik artış örgütsel bağlılığı .210 birim düzeyinde arttırdığı anlaşılmaktadır (Kalaycı, 2010, s. 268). Tablo.6'da ifade edilen Durbin-Watson (DW) değerlerine bakıldığında oto korelasyon (DW:1.237) probleminin (İslamoğlu ve Alınacak, 2019: 388) ve değişkenler arası çoklu doğrusal bağlantı probleminin (en küçük tolerans değeri: .602; en büyük VIF: 1.662; VIF<10) olmadığı anlaşılmaktadır (Field, 2000).

Bu bağlamda araştırma kapsamında belirlenen;

H1_a: Vizyoner liderliğin iletişim boyutunun, çalışanların örgütsel bağlılık düzeyleri üzerinde olumlu yönde ve anlamlı düzeyde bir etkisi vardır (H1_a, $\beta=0.168$; p=0.000; p<0.01).

H1_b: Vizyoner liderliğin güvenilirlik boyutunun çalışanların örgütsel bağlılık düzeyleri üzerinde olumlu yönde ve anlamlı düzeyde bir etkisi vardır (H1_b, $\beta=0.161$; p=0.000; p<0.01).

H1_c: Vizyoner Liderliğin saygı boyutunun çalışanların örgütsel bağlılık düzeyleri üzerinde olumlu yönde ve anlamlı düzeyde bir etkisi vardır (H1_c, $\beta=0.313$; p=0.000; p<0.01).

H1_e: Vizyoner liderliğin odak boyutunun çalışanların örgütsel bağlılık düzeyleri üzerinde olumlu yönde ve anlamlı düzeyde bir etkisi vardır (H1_e, $\beta=0.210$; p=0.000; p<0.01) hipotezleri **kabul edilmiştir**. Diğer taraftan anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilen **H1_c:** "Vizyoner liderliğin risk boyutunun çalışanların örgütsel bağlılık düzeyleri üzerinde olumlu yönde ve anlamlı düzeyde bir etkisi vardır (H1_c, $\beta=.007$; p=0.714; p>0.01)" hipotezi ise **reddedilmiştir**. Test edilen hipotezlerden hareketle ilgili boyutların bir model olarak örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı etkisinin olduğu belirlenmiş; ancak ilgili boyutlar kendi içinde değerlendirildiğinde "risk" boyutunun örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

İşgörenlerin vizyoner liderlik algısının örgütsel bağlılık düzeylerini etkileyip etkilemediğini belirlemek için yapılan test sonucu H1 ana hipotezi istatistiksel olarak desteklenmiş ve ilgili hipotez kabul edilmiştir (H1, $\beta=0.788$; p=0.000; p<0.01). Literatürde yer alan diğer çalışmalarda da ilgili hipotezi destekler nitelikte sonuçlara ulaşılmıştır (Jacobsen ve House, 1999; Goleman vd., 2002; Drury, 2004; Karahan, 2008; Dalgın, 2008; Karahan, 2008

Çatır, 2009; Tanrıbil, 2015). Liderler, içerisinde buldukları vaziyetleri değerlendirerek net bir misyon ve geleceğe yönelik sağlam tahminlerde bulunarak bir vizyon belirlemelidirler. Nitekim işletmenin varlığının sürmesini sağlayacak en önemli husus, işletmenin var oluş gayesi ve hangi noktaya getirilmek istenmesidir. Ortaya konmayan net bir vizyonun (hedef) olmayışı çalışanların yaptıkları işten verim almasının önüne geçerek örgütsel bağlılık düzeylerinin azalmasına neden olabilecektir. Takipçiler, liderlerinin çağdaş ve modern liderlik özelliklerinin kendilerine yansıtıldığı ölçüde örgüte olan bağlılık ve sadakat duyguları artacaktır.

Araştırma kapsamında belirlenen alt hipotezlerinden ilki olan vizyoner liderliğin “iletişim” boyutunun işgörenlerin örgütsel bağlılık düzeyi üzerindeki etkisi test edilmiş ve H1_a hipotezi istatistiksel olarak desteklemiştir (H1_a, $\beta=0.168$; $p=0.000$; $p<0.01$). Elde edilen sonuç, liderlerin iletişim gücünün ne kadar yüksek olursa, işgörenlerinin örgütsel bağlılık düzeylerine o kadar katkıda bulunacağı görüşünü desteklemektedir. Nitekim herhangi bir şekilde işgöreni ile sağlıklı bir iletişim kuramayan ve onları kurum içi iletişim sürecine dahil etmekten yoksun yönetici işgörenin örgütsel bağlılık düzeyini olumsuz yönde etkileyecektir.

Alt hipotezlerden ikincisi olan vizyoner liderliğin “güvenilirlik” boyutunun işgörenlerin örgütsel bağlılık düzeyi üzerindeki etkisi test edilmiş ve H1_b hipotezi istatistiksel olarak desteklenmiştir (H1_b, $\beta=0.161$; $p=0.000$; $p<0.01$). İlgili sonuç, liderlere karşı beslenen güven duygusunun, işgörenlerin örgütsel bağlılık düzeylerine olumlu yönde katkıda bulunacağını ifade etmektedir. Liderlerine karşı güvensizlik duyan işgören, emeklerinin boşa gitmesi ve hedeflenen amaca yönelik faaliyetlerinde herhangi bir kuşku duyması durumunda performanslarının düşerek zamanla örgüte olan bağlılık düzeylerinin azalmasına neden olacaktır.

Alt hipotezlerden üçüncüsü olan vizyoner liderliğin “risk” boyutunun işgörenlerin örgütsel bağlılık düzeyleri üzerindeki etkisi test edilmiş ve H1_c hipotezi istatistiksel olarak desteklenmemiştir (H1_c, $\beta=0.007$; $p=0.714$; $p>0.05$). Riske girebilme yetisi yüksek ya da düşük olan liderin işgörenlerin örgütsel bağlılık düzeyleri üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı saptanmıştır. Her ne kadar riske girebilme yetisi liderler tarafından cesaret kelimesi ile eş değer tutulsa da işgören tarafından girilen risk sonucu bir olumsuzlukla karşılaşılabilme ihtimali, işgörenlerin emeklerinin boşa gideceği düşüncesini doğurduğundan liderlerin riske girebilme yetisinin yüksekliğinin ya da düşüklüğünün işgörenin örgütsel bağlılık düzeyleri üzerinde herhangi bir anlamda etkisi olmadığı sonucunu doğurmuştur. Nitekim kontrolsüz kullanılan gücün güç olmadığı gibi kontrolsüz girilen riskte risk değildir.

Alt hipotezlerden dördüncüsü olan vizyoner liderliğin “saygı” boyutunun işgörenlerin örgütsel bağlılık düzeyleri üzerindeki etkisi test edilmiş ve H1_d hipotezi istatistiksel olarak desteklenmiştir (H1_d, $\beta=0.313$; $p=0.000$; $p<0.01$). İşgörenlerine karşı saygı ve sevgi çerçevesinde hareket eden liderin, onların iş tatmin seviyelerinin maksimize edilmesini ve

yaptıkları işten keyif almasına dolayısıyla örgütsel bağlılık düzeylerinin artmasına neden olacağı anlaşılmaktadır.

Araştırma kapsamında belirlenen alt hipotezlerin beşincisi ve son hipotezi olan vizyoner liderliğin “odak” boyutunun işgörenlerin örgütsel bağlılık düzeyleri üzerindeki etkisi test edilmiş ve H1_e hipotezi istatistiksel olarak desteklenmiştir (H1_e, $\beta=0.210$; $p=0.000$; $p<0.01$). Belirli bir hedefe yönelerek bunu net bir şekilde ortaya koyan ve takipçilerini bu anlamda yönlendirebilen liderin işgörenlerin örgütsel bağlılık düzeyleri üzerinde olumlu etkisinin olduğu anlaşılmaktadır. Ortaya net bir vizyonun konması kadar o vizyona odaklanması da liderlerin faaliyet gösterdikleri işletmedeki başarıya ulaşılması hususunda hayati bir önem teşkil etmektedir. Belirtilen alt hipotezleri destekler nitelikte herhangi bir çalışmanın olmayışı ilgili çalışmayı bu anlamda öncü kılmaktadır.

Hizmet sektörünün en zor kollarından biri olan yiyecek-içecek işletmelerindeki çalışma saatlerinin uzun olması, mesai saatlerinin belirsizliği, vardiya sistemi, yoğunluktan dolayı izin günlerinin genellikle hafta içlerinde kullandırılması gibi zorlu etkenler, yiyecek içecek işletmelerinde kadınların, evli ve ileri yaşlardaki işgörenlerin istihdam durumunu zorlaşmaktadır. Bu zorlukların ortadan kaldırılması adına kişi rızası olmaksızın vardiya değişikliği, ek mesai durumları ve haftalık izin günü iptali gibi durumlar, işgörenin yaptığı işten aldığı verimin düşmesine ve dolayısıyla örgütsel bağlılık düzeylerinin azalmasına neden olabileceği gibi azalan örgütsel bağlılık durumu ilgili personelin işten ayrılma durumuna sebebiyet verebilecektir. İşten ayrılma ve işe girme oranının yüksek olması işletme niteliğini ve hizmet kalitesini olumsuz yönde etkileyerek işletme imajını zedeleyecektir.

Yiyecek-içecek işletmelerinde liderlik yapan kişiler, vizyonunu net bir biçimde ortaya koymalı, çalışma koşullarını iyileştirmek için vardiya sayılarını azaltmaya gitmeli, müşteri yoğunluk ortalamasının az olduğu vardiyada kadın ve ileri yaş düzeyine sahip personelleri istihdam ederek onların işletme içerisindeki tutunabilirliğini ve örgütsel bağlılık düzeyleri arttırılmalıdır. Yoğun vardiya saatlerinde ve isteğe bağlı mesai saatlerinde çalışılabilirliği arttırmak için bir puantaj sistemi belirlenmeli ve en yüksek puan durumuna sahip personele çeşitli ödüllendirme sisteminin uygulandığı bir teşvik programı uygulanmalıdır.

Araştırmaya katılan işgörenlerin ölçek sorularına verdiği yanıtların ortalamalarından hareketle, vizyoner liderlik ölçeğine ilişkin en düşük ortalamanın “risk” boyutuna sahip olması (3.45) liderlerin risk alabilme ve riske girebilme özelliklerinin oldukça zayıf olduğunu belirtmekte iken en yüksek ortalamanın “saygı” boyutuna sahip olması (4.55) liderlerinin saygın özelliklerinin oldukça güçlü olduğunu ifade göstermektedir. Örgütsel bağlılık ölçeğine verilen yanıtların ortalamalarının 4.46 olması ise katılımcıların buldukları işletmeye bağlılık düzeylerinin yüksek olduğunu ifade etmektedir.

Modern çağın gerekliliği olan “vizyon” kavramını temel yapı taşı olarak benimseyen “vizyoner liderlik” kavramı ve işletmelerin varlıklarının devamlılığını sağlayan en önemli faktörün işletmede istihdam edilen personelin “örgütsel bağlılık” düzeyi olduğu düşünülürse, bu iki değişkenin diğer bütün meslek dallarında da araştırılabilme

potansiyeline sahip olduğu söylenebilir. Araştırma sadece Adana ilinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinde istihdam edilen işgörenler üzerine gerçekleştirilmesi araştırma alanının sınırlılığını ifade etmektedir. Farklı bir zamanda, farklı bir evrende, farklı bir hizmet sektöründe ve diğer tüm sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerde uygulanması ile çok daha farklı sonuçlara ulaşılabilir.

Kaynakça

- Akçakaya, M. (2010). *21. Yüzyılda Yeni Liderlik Anlayışı*. Ankara: Adalet Yayınevi.
- Akıncı, Z. (2016). *Otel İşletmeciliği ve Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Allen, N. J., Grisaffe, D. B. (2001). Employee Commitment to the Organization and Reactions: Mapping the Linkages. *Human Resource Management Customer Review*, 11(3), 209–236.
- Allen, N., Meyer, J. (1997). Affective Continuance and Normative Commitment to the Organization: an Examination of Constuct Validity. *Journal of Vocational Behavior*, 49(14), 252–276.
- Büyüköztürk, Ş. (2013). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Çatır, O. (2009). *Modern Lider Tipleri ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi Üzerine Bir Araştırma*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Çekmecelioglu, H. (2006). İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Tutumlarının İşten Ayrılma Niyeti ve Verimlilik Üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesi: Bir Araştırma, *İş, Güç-Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 8(2), 153-168.
- Çelik, V. (1997). Eğitim Yönetiminde Vizyoner Liderlik. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 3(4), 465-474.
- Çınar, F. ve Kaban A. (2012). Conflict Management and Visionary Leadership: An Application in Hospital Organizations. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 58 (1), 197–206.
- Çokluk, Ö., Şekercioglu, G., ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Dalgın, T. (2008). *Liderlik Davranışlarının İşgörenler Tarafından Algılanması ve İş Tatmini Ve Örgütsel Bağlılığı Üzerine Etkileri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Muğla: Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Doğanay, A, Şen, E. (2016). Liderlik Tarzlarının Çalışanların Bağlılık Seviyesi ve Performansına Etkisi: Başakşehir Belediyesinde Bir Uygulama, *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(12), 324.
- Doğan, S, Kılıç, S. (2007). Örgütsel Bağlılığın Sağlanmasında Personel Güçlendirmenin Yeri ve Önemi, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 0(29), 37-61.
- Drucker, P. (2000), *Gelecek İçin Yönetim 1990'lar ve Sonrası*, İş Bankası Kültür Yayıncılık, İstanbul.
- Drury, S. (2004). Employee Perceptions of Servant Leadership: Comparisons by level and with Job Satisfaction and Organizational Commitment. *Dissertation Abstracts International*, 65(5), 5.
- Durna, U. ve Eren, V. (2005). Üç bağlılık unsuru ekseninde örgütsel bağlılık. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(2), 210-219.
- Ehtiyar, R. ve Tekin, Y. (2011). Başarının Temel Aktörleri: Vizyoner Liderler, *Journal of Yaşar University*, 6(24), 0-4023.
- Eisenberg, Eric M.; P.R Monge and K.I Miller; (1987), Involvement in Communication Networks as a Predictor of Organizational Commitment, *Human Communication Research*, 10(2), 179-201.
- Erçetin,Ş.Ş. (2000). *Lider Sarmalında Vizyon*. Ankara: Nobel Yayın-Dağıtım.
- Eren, E. (2003). *Yönetim ve Organizasyon*, Beta Basım Yayım, İstanbul.

- Fındık M. ve Eryeşil K. (2012). Örgütsel Sinizmin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, *International Iron and Symposium*, Karabük.
- Field, A. (2000). *Discovering Statistics using SPSS for Windows*, London -Thousand Oaks- New Delhi: Sage publications.
- Fornell, C. R. and Lacker, D. F. (1981). Two Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error, *Journal of Marketing Research* 18(1):39-50.
- Frow, P. (2007). The Meaning of Commitment in Professional Service Relationships: A Study of the Meaning of Commitment Used by Lawyers and Their Clients. *Journal of Marketing Management*, 23(3), 243–265.
- Goleman, D., Boyatzis, R. ve Mckee, A. (1996). *Yeni Liderler*, (Çev. Nayır, F. ve Deniztekin, O.), İstanbul: Varlık Yayınları (2002).
- Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*, Seventh Edition, Prentice Hall.
- İslamoğlu, H.A. ve Alnıaçık, Ü. (2019). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (6.Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.
- Jacobsen, C. and House, R.H. (2001). Dynamics of charismatic leadership a process theory, simulation model and tests, *The Leadership Quarterly*, 12, 75-112.
- Jöreskog, K. G. and Sörbom, D. (1993). *LISREL 8: User's Guide*. Chicago: Scientific Software.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Karahan, A. (2008). Hastanelerde Liderlik ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*. 10(1), 160.
- Kaya, N. ve Selçuk, S. (2007). Bireysel başarı güdüsü organizasyonel bağlılığı nasıl etkiler?. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8(2), 175-190.
- Kesken, J. ve Ayyıldız, N. A. (2008) New Respectives in Leadership Approaches: Positive and Authentic Leadership , *Ege Academic Review*, 8(2), 729.
- Meyer, J.P., and Allen, N.J. (1991). A Three Component Conceptualization at Organizational Commitment. *Human Resources Management Review*, 1(1), 61-89.
- Özdamar, K. (2011). *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özeroglu, E, Kocyiğit, Y. (2020). Hastane İşletmelerinde Örgütsel Çeviklik: Vizyoner Liderliğin Rolü, *Research Journal of Business and Management*, 7(1),13-22.
- Özgen, H. ve Yalçın, A. (2015). *Temel İşletmecilik Bilgisi*, Akademisyen Kitabevi, Ankara.
- Powell, D. M., Meyer, J. P. (2003). Side-Bet Theory and the Three- Component Model of Organizational Commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 65(1), 157-177.
- Robbins S. P. (2000). *Essentials of Organizational Behavior* , New Jersey, Prentice Hall, Upper Saddle River, 245.
- Sashkin, Marshall. (1996). *Visionary Leader Assessment Trainers Guide*, Human Resource Development Pr.
- Schumacher, R. and Lomax, R. (2004). *A Beginner' s Guide to Structural Equation Modelling*. London: Lawrance Erlbaum Associates, Publishers.
- Sosyal Güvenlik Kurumu. (2021). SGK İstatistik Yıllıkları. Erişim Adresi http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/kurumsal/istatistik/sgk_istatistik_yilliklari (Erişim tarihi: 19.10.2021)
- Sipahi, B., Yurtkoru, S. E. ve Çinko, M. (2010). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi* (3. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Snyder, N. (1999), *Vision, Values and Courage Leadership For Quality Management*, The Tree Press, USA.

- Şimşek, M. Ş. (2008), *Yönetim ve Organizasyon*, Adım Ofset, Konya.
- Tarıbil, S. (2015), *Vizyoner Liderlik Davranışlarının Çalışanların Örgütsel Bağlılık ve Adalet Algılarına Etkisi: Erzurum İli Bankacılık Sektöründe Yapılan Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Erzurum.
- Tekin, Y. (2007). *Modern Bir Liderlik Yaklaşımı Vizyoner Liderlik: Antalya' da Faaliyette Bulunan Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma*, Akdeniz Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Antalya.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yeyrek, M. (2018). *Geleneksel Yönetim ve Vizyoner Liderlik Davranışlarının, Çalışanların Performanslarına Yönelik Bir Araştırma*, Doktora Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- Yıldırım, H. (2011). *Lider Etkinliğinin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Belek Bölgesi Bei Yıldızlı Otel İşletmelerindeki Mutfak Çalışanları Üzerine Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Aydın.
- Quigley, J. V. (1998). *Vizyon Oluşturulması ve Korunması*. (Çev. Çelik, B.): Yeni Çizgi Yayıncılık. (1995). İstanbul.
- White, R. (2006), *Etkili Liderlik Becerileri*, (Çev. Davran, E.), Kaizen Yayıncılık, İstanbul.

İnanç Turizminde Yunus Emre'nin Türk Dünyası Gençliğince Bilinirliğinin Değerlendirilmesi: Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi Örneği

Emine TATLI
Kastamonu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
eminetatlim123@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6723-1987>

Dr. Öğr. Üyesi Muharrem AVCI
Kastamonu Üniversitesi
Turizm Fakültesi
mavci@kastamonu.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-0264-1181>

DOI: <https://doi.org/10.37847/ttdad.1058414>

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Makale Gönderim Tarihi: 16.01.2022

Makale Kabul Tarihi: 29.03.2022

Özet

Amaç: Geçmişten günümüze Yunus Emre ilahi aşkıyla yol gösterici olarak Anadolu'nun birçok yerinde saygı duyulan bir şahsiyet olmuştur. Bu nedenle halen Yunus Emre'nin yolundan gitmek isteyen birçok insan vardır. Türk Dünyası coğrafyasında Yunus Emre'nin birden fazla türbesinin mevcut olduğu bilinmekte ve insanlar ona saygılarını göstermek için bu türbeleri ziyaret etmektedir. Bu ziyaretler inanç turizmi kapsamında değerlendirildiğinde, daha çok orta yaş üstü insanların Yunus Emre'nin ışık tuttuğu tasavvufi aşkı benimsediklerini göstermektedir. Ancak kültürümüz açısından da oldukça önemli bir yere sahip olan Yunus Emre'nin genç yaşta insanlarının da bilmesi gerektiği açıktır. 2021 yılının da önemine bakıldığında Yunus Emre'nin ölümünün 700. yıl dönümü olması ve UNESCO'nun yıl dönümleri listesine girerek Türk dünyası gençliği üzerinde uyandırdığı etki ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle çalışmanın iki amacı vardır. Birinci amacı; gençlerin Yunus Emre'yi ne kadar tanıdığı ve bildiğini ölçmek, diğeri ise Yunus Emre'nin sözlerini ve geride bıraktığı eserlerini gençliğe tanıtmaktır.

Yöntem: Çalışmada yöntem olarak nicel araştırma modelinden yararlanılmıştır. Katılımcılara nicel araştırma yönteminin anket tekniği uygulanmıştır. 280 öğrenci ile çalışma tamamlanmıştır. Elde edilen veriler Spss programı ile analiz edilmiştir.

Bulgular: Çalışmadan elde edilen verilerden Türk dünyası gençlerinin Yunus Emre'yi yeterince tanımadığı ve Yunus Emre hakkında bildikleri çoğu bilgiyi diğer tasavvuf önderleriyle karıştırdıkları ortaya çıkmıştır. Büyük bir bilgi eksikliğinin de ortaya çıktığı saptanmıştır.

Tartışma: Yunus Emre ve diğer tasavvuf önderlerinin gençler tarafından yeterince bilinmemesi tanıtım eksikliğinin olduğunu göstermektedir. Birkaç sözle anlatılan ve yahut da derslerde kulak aşinalığı ile bilgi sahibi olan gençlerin tasavvuf önderlerini bilmemeleri kaçınılmazdır. İnanç turizmi kapsamında geziler düzenlenerek Yunus Emre gibi tasavvufun önde gelenlerinin Türk dünyası gençlerine yerinde tanıtılması çalışma önerisi olarak yöneltilmektedir.

Anahtar Kelimeler: İnanç Turizmi, Yunus Emre ve Düşünce Yapısı, Türk Dünyası, Kastamonu.

Assessment of Yunus Emre's Awareness in Faith Tourism by the Youth of the Turkic World: The Case of Kastamonu University Faculty of Tourism

Abstract

Aim: From the past to the present, Yunus Emre has been a respected figure in many parts of Anatolia as a guide with his divine love. For this reason, there are still many people who want to follow the path of Yunus Emre. It is known that there are more than one mausoleum of Yunus Emre in the geography of the Turkish World, and people visit these shrines to pay their respects

to him. When these visits are evaluated within the scope of faith tourism, it shows that more and more middle-aged people adopt the Sufi love that Yunus Emre sheds light on. However, it is clear that Yunus Emre, who also has a very important place in terms of our culture, should also be aware of people at a young age. Considering the importance of the year 2021, it is 700th anniversary of Yunus Emre's death. The fact that it is a year period and the impact it has on the youth of the Turkish world by entering the UNESCO anniversary list comes to the fore. Therefore, the study has two objectives. The first purpose is to measure how much young people know and know about Yunus Emre, and the other is to introduce the words of Yunus Emre and the works he left behind to the youth.

Method: The quantitative research model was used as the method in the study. The survey technique of the quantitative research method was applied to the participants. The study was completed with 280 students. The obtained data were analyzed with the Spss program.

Findings: From the data obtained from the study, it has been revealed that the young people of the Turkish world do not know Yunus Emre well enough and mix most of the information they know about Yunus Emre with other Sufi leaders. It has also been found that a large lack of information has also been revealed.

Discussion: The fact that Yunus Emre and other Sufi leaders are not sufficiently known to young people shows that there is a lack of publicity. It is inevitable that young people who are told a few words and or who have knowledge by ear familiarity in lessons do not know the leaders of Sufism. In the scope of faith tourism, excursions are organized and the introduction of Sufi leaders such as Yunus Emre to the young people of the Turkish world on the spot is directed as a working proposal.

Keywords: Faith tourism, Yunus Emre and Thought Structure, Turkish World, Kastamonu.

Giriş

İnanç Turizmi günümüzde kendini belli kriterlerle ortaya çıkartmaya çalışan bir turizm türüdür. İnanç Turizmi Farklı dinlere mensup olan insanların kendi inançlarından kutsal saydıkları hac güzergahlarını, İslam Büyüklerini, Cami, Kilise, Sinagog, Tapınak vb. ibadet yerlerini ziyaret etmesiyle turistik seyahatleri gerçekleştirmeleridir. Anadolu'nun fethi tamamlanıp Anadolu Selçukluları ve diğer Anadolu Türk Devletleri kuruluşları sağlam bir siyasi ve içtimai ortamla takviye ettikten sonra, muhtelif tasavvufi düşünce ve akımlara mensup şeyh ve dervişler Anadolu'ya gelmeye başlamışlardır. Genç ve dinamik Anadolu Selçuklu devletinin hakimiyet alanında kendileri için uygun bir çevre edinen ve kültürel yapının canlılık kazanmasına etki eden dervişler, Anadolu'da tasavvufi düşüncenin hızla gelişmesinde önemli rol oynamışlardır.

İslam dininin doğuşundan iki yüzyıl kadar sonra ortaya çıkan tasavvuf; tarikat ve tekkeler sayesinde yüzyıllar boyunca İslam aleminde tesirini sürdürmeye devam etmiş böylelikle düşünme ve yaşama biçimi olarak günümüze kadar ulaşmayı başarmıştır. Tasavvuf, tek yaratıcı Allah'ın niteliğini ve evrenin oluşum sürecini açıklayan dinî ve felsefi bir düzendir. (Bars ve Irmak, 2019).

Tasavvufi düşünce yapısına bakıldığında; temelinde insanın benliğinden kurtulması, hikmeti kavraması aslında bir gönül terbiyesinin olduğu ön plana çıkmaktadır. Tasavvufta asıl konu insanken asıl hedef ise insanın kalbini, ruhani dünyasını eğitmek ve onu olgunlaştırarak kemal evresine ulaştırmaktır.

Tasavvufi düşünürlerin hepsi çok kıymetlidir. Evtad-ı Erbaa'lar başta olmak üzere çok değerli ve kıymetli insanlardır. Fakat içlerinde biri vardır ki Tasavvufu en ince detayı ile halk diliyle anlatan Yunus Emre diğer bir deyişle Âşık Emre onun düşüncesi, ilahileri ve şiirleri Anadolu tasavvufunda önemli bir yer edinmiştir. Her zaman halk adamı olarak ön plana çıkmaktadır. Eserlerini sade bir biçimde kaleme almış ve Türkçe yazmıştır.

Türk dünyasında büyük bir öneme sahip olan “Yunus Emre'nin vefatının 700. Yıl Dönümü” olması nedeniyle Azerbaycan, Özbekistan, Bosna Hersek ve Kuzey Makedonya'nın desteği ile “2021 UNESCO Anma ve Kutlama Yıl Dönümleri” arasına alınarak Türkiye’de de bu yılın “Yunus Emre ve Türkçe Yılı” olarak ilan edilmesi hem Yunus Emre'nin bilinirliği açısından hem de Türkçenin ne kadar değerli bir dil olduğu ön plana çıkarılarak dünyaya tanıtmaktır. Aslında bu yılın “Yunus Emre ve Türkçe Yılı” olarak belirlenmiş olmasının bir diğer hedefi de dünya dili Türkçe adıyla hem yurtiçinde hem de yurtdışında Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın katkısıyla etkinlikler düzenlenmesidir.

Bu konudaki makaleyi yazmanın amacı ise böylesine değerli bir düşünürün gençlik üzerinde nasıl bir değeri var, bilinirliği hangi düzeyde bunu ortaya çıkarmak ve gençlere Yunus Emre'yi, düşüncelerini ve tasavvufunu anlatıp katkı sağlamaktır.

Anadolu'nun birçok yerinde saygı duyulan ve geçmişten günümüze kadar ilahi aşkıyla ışık tutarak yol gösterici olan Yunus Emre'nin yolundan gitmeye çalışan insanlar bulunmaktadır. İşte bu yüzden Yunus Emre'yi anlamak ve ona hala daha saygı duyulduğunu göstermek için insanlar, bu halk Âşık'ının türbesini belirli günlerde ziyaret etmektedirler. Bu yapılan ziyaretler bir inanış çerçevesinde gerçekleştiğinden dolayı inanç turizmi altında değerlendirilmesinin önemi büyüktür.

Çalışmanın problemine bakıldığında ilk bakışta, Anadolu coğrafyasının belli başlı birçok yerinde türbesi bulunan Yunus Emre'de tanınmışlık düzeyinin ne kadar yüksek olduğu sorusuna cevap aramaktır denilebilir. Aynı zamanda 2021 yılının Yunus Emre'nin vefatının 700.yıl dönümü olması nedeniyle Unesco Anma ve Kutlama Yıl Dönümleri Programına almayı kabul etmeleri ve Türkiye’de de 2021 yılının “Yunus Emre ve Türkçe Yılı” ilan edilmesi sebebiyle Yunus Emre'nin bilinirliğini Türk dünyası gençliği arasında ölçmek bu çalışma açısından taşımaktadır. Bu bağlamda üniversite gençliğinin Yunus Emre'nin ve eserlerinin tanınmışlık düzeyinin ne derecede olduğu problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüm bu değerlendirmenin ışığında bu çalışmanın problemi üniversite gençliğinin Yunus Emre'nin ve eserlerinin tanınmışlık düzeyinin ne derecede olduğunun tartışılmaktadır.

Çalışmanın amacına bakıldığında Yunus Emre'nin gençler arasındaki bilinirliğinin ne derecede olduğunun ölçülerek Yunus Emre'yi onun eserlerini ve düşünce yapısı ile tasavvufi yönünü gençlere göstermektir.

Önemi ise 2021 yılının Yunus Emre ve Türkçe yılı olarak kutlanması ile Unesco Anma ve Kutlama Yıl Dönümleri programına alınması nedeniyle büyük halk aşğının gençlere tanıtmak açısından nasıl bir yol izlenmesinin saptanması olarak ortaya çıkarılmak istenmesi olmuştur.

Bu çalışmanın önemi ise yapılacak olan belirli analiz ve taramalar sonucunda Türkiye’den bir halk aşığını ve eserlerini gençliğe tekrar hatırlatılmış olmasıdır. Bu çalışmanın sonucunda çalışmadan elde edilen sonuçların inanç turizmine de katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırmada yöntem olarak nicel araştırma modelinden yararlanılmıştır.

Çalışmada nicel araştırma yönteminin anket tekniğini kullanılarak elde edilen veriler analiz edilmiştir. Araştırma evrenini Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencileri oluşturmuştur. Bu evreni yeterli düzeyde temsil edecek sayıda kişi örneklem olarak kabul edilmiştir.

Literatür Taraması

İnanç turizminin alternatif turizm çeşidi olarak görülmesiyle, özünde insanların inançlarını yerine getirmek amacıyla kutsal olarak nitelendirdikleri yerleri ziyaret etmeleriyle başlayan bir serüven olarak ortaya çıktığı görülmektedir (EyKay ve diğerleri, 2015).

Türk edebiyatının büyük şairlerinden biri olan Yunus Emre; 13. yüzyıldan beri yaklaşık sekiz asırdır şiirleri dilimizden düşmeyen halk aşığıdır. Fakat, bu ünlenmiş şöhretine rağmen onun hayatı hakkında yeterli bilgiye sahiplik söz konusu değildir (Sevgi, 2012).

Yunus Emre’nin bugün bilinen yönleriyle keşfi, ilk baskısı 1919’da yapılan Fuat Köprülü’nün Türk Edebiyatında İlk Mutasavvıflar adlı eseriyle ortaya çıkarılmıştır (Yetim, 2005).

Karagöz ve Şerefe (2019, s. 124) göre; Türk toplumunun önemli tarihsel figürlerinden biri de Yunus Emre’dir. “Yunus Emre, XIII. yüzyılda Anadolu sahasında Oğuz Türklerinin konuşup yazdığı yazı dilinin en önemli temsilcilerindendir”.

İnanç Turizmi

İnanç turizmi daha önceki yıllarda kültür turizminin içerisinde yer alan bir turizm çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır. Zamanla bu iki turizm çeşidi birbirinden ayrılarak kendi alanlarını oluşturmuştur. İnsanların inanışlarına göre biçimlenen ve değerlendirilen inanç turizmi; unutulmuş birçok dini inanışları, ritüelleri ve yaşam biçimlerini de gün yüzüne çıkararak geçmişe ışık tutmaktadır.

Her dinin kendine göre kutsal saydığı yerleri bulunmaktadır. İnsanların inanışları doğrultusunda bu kutsal yerleri ziyaret etmeleri de inançları gereği ortaya çıkmaktadır. Bu yüzden de kutsal yerlerin bu dinlere mensup turistlerce ziyaret edilmesinin, turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi “inanç turizmi” olarak tanımlanmaktadır (Sargin, 2006).

İnanç turizmi diğer turizm çeşitlerinden farklı olarak içerisinde dinle olan aktiviteleri içermektedir. Bir Hristiyan’ın kiliseyi, bir Yahudi’nin sinagogu veya havrayı ve bir Müslümanın da cami ya da türbeleri ziyaret etmesi inanç turizmi içerisinde gerçekleştirilen dini aktiviteler olarak karşımıza çıktığı görülmektedir.

İnanç merkezlerine ziyarete gelen turistlerin aslında farklı dinleri bir arada buluşturmasıyla birlikte kültürlerarası etkileşimi de ön plana çıkardığı görülmektedir. Bu etkileşim sonucunda ortaya çıkan gelişmeler; öncelikle inanç turizminin turizm pazarından büyük bir pay alması, dünya barışına etkisi, yerel halka ekonomik açıdan gelir sağlaması ve inanç çekim merkezlerinin gelişmesine katkılar sağlaması olarak ön plana çıkmaktadır.

İnanç turizminin her dine ve her inanişaya katkılarda bulunduğu bilinmektedir. Bu katkılar; farklı dinlerin düşünce yapısını, o dinlerde gerçekleştirilen ibadetleri, yaşam tarzlarını veya kutsallarını öğrenmek suretiyle, her insana farklı bakış açıları kazandırılmasıdır.

Yunus Emre ve Düşünce Yapısı

Yunus Emre denince söylediği sözler, sade Türkçesi ve birçok yerde bulunan türbesi / makamları aklımıza gelmektedir. Aslında kaynaklara bakıldığında Yunus Emre'nin nerede doğup nerede öldüğüyle ilgili net bilgilere ulaşılamamaktadır. Zaman içerisinde yapılan bu konuyla ilgili çalışmalar sonucunda belirli bilgiler ortaya konulmuştur.

Yunus Emre'nin yaşadığı devire bakıldığında bu devirler 13. yüzyıl sonları ile 14. Yüzyılın başı olarak kabul edilmektedir. Doğum ve ölüm tarihleri tam belli olamasa da yapılan akademik çalışmalar sonucunda seksen iki yıllık bir ömür sürdüğü bilinerek Yunus Emre'nin 638 (1240-41) yılında doğduğu ve 720'de (1320) vefat ettiği ortaya konulmaktadır. Yunus Emre'nin doğum ve ölüm yeri ile ilgili bilgilerde tam netlik kazanamamıştır. Bu yüzden de doğum yeriyle ilgili farklı yerlerin olduğu ortaya çıkmaktadır.

Sivrihisar'ın Sarıköy'ünde doğduğu ve burada ölüp mezarının da bu köyün yakınlarında olduğu düşünülürken başka bir bilgiye göre de Sakarya nehrine yakın bir yerde yerleşmiş olduğu düşünülmektedir. Ayrıca Tapduk Emre'nin yakınında Bolu çevresinde Yunus Emre'nin hayatını sürdürdüğü ortaya atılmaktadır. Son olarak yaşadığı bölge hakkında Mehmed Fuad Köprülü, onun XIII. yüzyılın son yarısında Sivrihisar'da yahut Bolu civarında Sakarya suyuna yakın köylerden birinde yetişmiş bir Türkmen olduğunu belirtmektedir (<https://islamansiklopedisi.org.tr/yunus-emre>).

Bu bilgilerin ışığında Yunus, Orta Anadolu'da Sakarya nehri etrafında bir yerde dünyaya gelmiş ve Nallıhan yakınında Emrem Sultan'daki zaviyede Tapduk Emre Dergâhında hayatını sürdürmüştür.

Yunus Emre'nin Tapduk Emre'yle ilgili birçok rivayeti bulunmaktadır. Aslında bu rivayetlerden en kabul göreni şöyle karşımıza çıkmaktadır:

Çiftçilikle uğraşan ve burada hayatını geçirmeye çalışan Sarıköy'deki Yunus fakir bir adamdır. Karahöyük'e buğday almaya giden Yunus burada Hacı Bektaşî Veli'nin yanında bir süre kaldıktan sonra geri dönmeye karar vermiştir. Tam döneceği sırada Hacı Bektaşî Veli Yunus'a buğday yerine nefes vermeyi teklif etmiştir. Fakat Yunus nefesi değil buğdayı seçmiş ve dilediği kadar buğdayı yanına alarak Yunus yoluna devam etmiştir. Bir süre yoluna devam ettikten sonra buğday aldığına pişman olarak geri döner ve Hacı Bektaşî Veli'den nasibini geri istemiştir. Bunun üzerine Hacı Bektaşî

Veli; “artık olmaz biz o kapının kilidini Tapduk Emre’ye verdik, nasibin ondadır git ondan iste” diyerek onu Tapduk Emre’ye yönlendirmiştir. Tapduk Emre’ye varan Yunus durumu anlatmış ve böylelikle nasibini almak için Tapduk Emre’nin dergâhında hizmet etmeye başlamıştır. Kırk yıl boyunca şeyhinin zaviyesine sadece düzgün odun taşımak suretiyle hizmet etmiştir (Kavak, 2017). Bu hizmetin sonunda Tapduk Emre Yunus Emre’ye dönerek “artık nasibini alabilirsin onun kilidi açılmıştır, hünkârın nefesi olgunlaştı” diyerek Yunus Emre’nin nasibini almasını sağlamıştır.

Yunus Emre’nin hangi tarikate mensup olduğu konusunda net bir bilgi ve yazılı bir silsileden bahsedilmemektedir. Bu nedenle de onun Kâdiriyye, Mevleviyye, Halvetiyye, Nakşibendiyye ve Bektâşiyye tarikatlarına bağlı olduğundan bahsedilmektedir (Kavak, 2017).

Yunus Emre’nin düşünce yapısına bakıldığında onun yaşamı süresince büyüklere saygı gösterilmesini, küçüklere şefkatle davranılmasını ve yoksullara da merhametli yaklaşılması inancını toplumlar arasında da aşlamaya özen göstermiştir. Onun için gönül zenginliği en büyük zenginlik olarak ön plana çıkmaktadır. Yunus’a göre en has yoksunlar, gönül ferahlığından nasibi alamayanlar olarak değerlendirilir. İnsan değerine ve haysiyetine inanan güçlünün zayıfı hor görmesini, sömürmesini, ezmesini kınayan Yunus, gönül adamı ve halk aşığı olarak bilinmektedir (Özköse, 2016).

Yaşadığı zamanlarda ve sonraki yıllarda da Türk tasavvuf ve Türk Edebiyat tarihinde de mühim bir konuma sahip olmuştur. Yunus Emre; ölümünün üzerinden onca vakit geçmesine rağmen ilahilerini hala insanlar söylemekte, söylemleri toplumlar arası bir uzanım göstererek bugünlere ulaştırılmıştır.

Her milletten insanın düşünceleri ne olursa olsun Yunus’un sözlerinde kendilerine ait birer örnek bulabilmekte ve kendilerini teselli edebilmektedirler. İnsancıl düşünceleri nedeniyle bazı ilim adamları Yunus’u hümanist diye betimlemelerine rağmen, onun öncelikle dinini iyi yaşayan bir Müslüman ve mutasavvıf olduğu hiç şüphesiz herkes tarafından bilinmektedir. Şiirlerinde halkın dili Türkçeyi kullanması onu halka daha yakınlaştırarak Yunus’a ayrı bir özellik katmaktadır. Bu yüzden Yunus tek değil çok yönlü bir karaktere sahip olarak ön plana çıkmaktadır. (Yılmaz, 2013).

Yunus Emre, Anadolu’da Tekke edebiyatının en güçlü temsilcisi olarak kabul edilmektedir. Dili en sade biçimde kullanan Yunus’un eserlerinin etkisi de göz önüne çıkmaktadır. Yunus sanat ve sanatkarlık endişesi ile kendisini hiçbir zaman meşgul etmemiştir. Fakat ruhunu, coşkularını, isteklerini, esinlenmelerini söylemiştir. Tüm evrene yararlı olmak düşüncesiyle Türkçe’nin sadeliğini benimsemiştir. (Özköse, 2016). Yunus Emre’nin en iyi bilinen eserleri “Risâletü’n-nushiyye ve Divan”dır.

Yunus Emre’nin insanoğluna barış çağrısında ve birlikte kardeşçe yaşamının önemini vurgulayan sözlerinin olduğu da bilinmektedir. Bu sözlerle ve düşünceleriyle aslında tek bir hedefi olduğu bilinmektedir. Bu hedef; Tüm insanlık adına barış çağrısında bulunarak herkesi ortak paydada toplamak istemesidir.

Yunus Emre’nin barış çağrısında bulunan birkaç sözü şöyledir:

- Söz kılar kaygıları şad, söz kılar bilişleri yad
Eğer horluk eğer izzet her kişiye sözden gelir

- Benlik davasını bırak, muhabbetten olma ırak, sevgi ile dolsun yürek, hoşgörülü olmaya bak...
- Gelin tanış olalım
İşi kolay kılalım
Sevelim sevilelim
Dünyaya kimse kalmaz
- Dünya yalan kardeşim, dünya yalan! Var mı yalan dünyada bakî kalan. Mal da yalan, mülk de yalan. Var biraz da sen oyalan.

Yunus Emre'nin doğumuyla ilgili netlik kazanamayan bilgiler ölümüyle de yine bir netlik kazanamamıştır. Bu yüzden de asıl mezarının nerede olduğu bilinmemektedir.

Yunus Emre Türbeleri

Anadolu tasavvufçularından biri olan büyük halk aşığı Yunus Emre'nin coğrafyamızda birçok türbesi olduğu göze çarpmaktadır. Aslında türbe olarak bilinen yerler daha çok makam olarak adlandırılmaktadır. Anadolu coğrafyamıza baktığımızda Yunus Emre'nin asıl türbesi Eskişehir'deki Milhaçık ilçesine bağlı olan Sarıköy'de olduğu ve halk arasında da burada doğduğuna inanılmaktadır. Bu sebepten dolayı Halk Aşığı Yunus'un diğer yerlerdeki türbeleri makam olarak görülmektedir.

Türk dünyası açısından baktığımızda Azerbaycan'ın Gâh bölgesinde de türbe değil ama bir makamı olduğu o bilinmektedir. Demek ki bu büyük halk aşığı zamanında Azerbaycan'ı da şereflendirerek oradaki insanlara da düşünce yapısını yaymaya çalıştığını kanıtlamaktadır.

Yunus Emre'den bahseden birçok kaynaktan toplanılan ve Yunus Emre araştırmalarıyla tanınmış olan Mustafa Tatçı'nın da kaydettiği şekliyle 15'in üzerinde türbe/makam yer almaktadır.

Eskişehir (Mihalıççık, Sarıköy, köyün şimdiki adı Yunus Emre), Karaman (Kirişçi Baba veya Yunus Emre Camii), Kırşehir (Niğde Ortaköy ile Kırşehir arasında), Bursa (Emir Sultan'a giden yol üzerinde Şibli mevki Sadi Tekkesi), Ordu (Ünye), Manisa (Kula ile Salihli arasında Emre Sultan Köyü'nde Taptuk Türbesi ve Yunus Mezarı), Erzurum (Palandöken Dağı Tuzcu/Dutçu Köyü Taptuk ve Yunus Emre Mezarı), Isparta (Keçiborlu, Uluborlu Eğirdir), Afyon (Döğer Köyü Emre Sultan Mezarı ve Sandıklı Yeniçay köyü), Sivas, İzmir (Tire Yunus Emre Camii), Aksaray (Tapduk Köyü'nde Tapduk ve Yunus'a ait iki mezar), Tokat, bugünkü Yunanistan'da olan Limni adası ve Kuzey Azerbaycan'ın Gah bölgesi (Yunus Emre ve şeyhi Taptuk Emre adına iki türbe) bilinen ve literatüre geçen yerler arasındadır (Oğuz, 2011). Bu mezarların birçoğu Taptuk Emre ve Yunus Emre'nin ortak mekânı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türk Dünyası

Turizm derinden incelendiğinde farklı kültürlerin oluşumu olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu farklı kültürler zaman içerisinde etkileşim içerisinde bulunarak insanlar arasındaki, aynı bölgedeki ülkeler arasındaki kültürel etkileşimi de sağlamaktadır.

Başka bir bakış açısıyla turizm, kültürel yabancılaşma ile özgün değerlerinden, gelenek ve göreneklerinden, inancından soğuyan yani benliğini yitiren kişinin manevi boşluğunu gidermesi, aslına yönelmesi, dolayısıyla kültürel dönüşümü tersine çevirmesi bakımından bir fırsat konumundadır (Bulut ve Gülcan,2018).

Kültür unsuru Türk dünyasının herhangi bir yöresinde oluşan ve zaman içerisinde gittikçe sahiplenilerek ülke genelinde yaygınlaşırken, ülkenin bütünlüğünde de coğrafya yakınlığı bulunan diğer Türk ülkelerine ya da Türkçenin dillendiği bölge ülkelerini de etkilemektedir. Böylelikle meydana çıkan ve hızla yayılan paydaş kültür öğeleri Türk kültür dünyasının oluşumunu sağlamaktadır. Farklı lehçe, şive ve ağızlar kullanılsa bile ortak bir dil (Türkçe), kullanıldığı çevrelere ve ülkelere göre farklılaşsa da ortak nitelikler barındıran töre, gelenek ve görenekler; din ve ahlâk anlayışları, kabuller ve inanışlar; törenler ve davranışlar, üretim ve tüketim şekilleri, sanat ve edebiyat, tarih bilinci ve birlikte hayat sürme kültürü gibi değerler birliğinden meydana gelmiştir. Bu birlikten Türk kültür dünyası, Türk dünyası kültürünü doğurmuştur (Durbilmez, 2017).

Türk Milleti tarafından oluşturulan sözlü kültür ve edebiyat kaynaklı bu ortak kültür, Türk millî kültürünün de temelini sağlamaktadır. Bu temeli yaşatmak amacıyla çeşitli etkinlikler düzenlenerek her yıl Türk dünyası kültür başkenti seçilmektedir. Aslında Türk dünyası kültür başkentleri 2010 yılında alınan bir karar ile seçilmesi ön görülmüştür. Bu karardan sonra ilk Türk dünyası kültür başkenti 2012’de seçilmiştir. Diğer yıllara ait Türk dünyası kültür başkentleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1. Türk Dünyası Kültür Başkentleri Sıralaması

Yıl	Şehir	Ülke/Bölge
2012	Nur-Sultan	Kazakistan
2013	Eskişehir	Türkiye
2014	Kazan	Tataristan
2015	Merv	Türkmenistan
2016	Şeki	Azerbaycan
2017	Türkistan	Kazakistan
2018	Kastamonu	Türkiye
2019	Oş	Kırgızistan
2020	Hive	Özbekistan
2022	Bursa	Türkiye

(Kaynakça: https://tr.wikipedia.org/wiki/Türk_Dünyası_Kültür_Başkenti)

Tabloya bakıldığında 2021 Türk dünyası kültür başkentinin olmadığı görülmektedir. 2021’de bir seçim yapılmamıştır. Bunun sebebine bakıldığında 2020 yılında seçilen Türk dünyası kültür başkenti Hive ’nin pandemi nedeniyle kendi yılında kutlanamadığı için 2021 yılında kutlanmasından dolayı tekrardan bir seçim yapılmamıştır.

Türkiye’den Türk dünyası kültür başkentlerine bakıldığında karşımıza üç şehir çıkmaktadır. Bunlar; Eskişehir, Kastamonu ve Bursa’dır. 2013 için yapılan seçimde Eskişehir aday olarak gösterilmiş ve daha sonrasında 2013 yılı Türk dünyası kültür başkenti Eskişehir olarak ilan edilmiştir. Bu unvan Eskişehir’in turizm faaliyetlerinin hızlı bir şekilde artmasına imkân sağlamıştır. 2018 yılına bakıldığında başkent seçimine

aday olarak Kastamonu ön plana çıkmıştır. Türk dünyası kültür başkenti seçilen Kastamonu ili için çeşitli faaliyetler ve tanıtım amaçlı planlar planlanmıştır. Başkentliğe seçilen Kastamonu'nun turizm açısından daha da tanınır bir hale gelerek bölgenin canlanmasına ve turizm potansiyelinin yükselmesine olumlu yönde katkı sağlamıştır.

Kastamonu

Kastamonu kültürü geniş bir tarihe sahip olmakla beraber ilk çağlardan günümüze kadar ulaşan her uygarlıktan, beyliklerden aldığı kültürlerle yoğurulmuştur. Her kültür birbirinin içinde kaynaşarak tüm devirlerden toplanan bir kültür mirası oluşturmuş ve günümüze kadar ulaşmıştır (Avcı, 2019).

Anadolu'nun çeşitli uygarlıklarına ev sahipliği yapan şehrin nesilden nesile aktarılan kültürüyle, tarihi yapılarıyla ve önemli şahsiyetleriyle birlikte kültürel miraslarını da koruyarak bu günlere geldiği görülmektedir.

Kültürel mirasın somut olmayan başka kısmı da toplum içindeki sosyo-kültürde hala daha Türk kültürünün geçmiş dönemlerden devam eden kültürlerin bu zamana kadar ulaştığı ortaya çıkmaktadır (Avcı, 2019). Otacı kültürü, Hamam kültürü, Kahve kültürü, Yayla kültürü, Dokumacılık kültürü, Urgancılık kültürü, Beslenme kültürü ve Kastamonu halkının muhafazakâr toplum yapısına sahip olmasından dolayı tasavvuf kültürü olarak karşımıza çıkmaktadır (Avcı, 2019).

Turizm imkânları ve çeşitliliği yönüyle oldukça zengin olduğu görülen Kastamonu'nun tarihi boyunca birden fazla medeniyete ev sahipliği yapması ve bu medeniyetlere ait birçok eseri bünyesinde barındırmasıyla tanınmaktadır. Kastamonu'da bulunan höyükler, tümülüsler, camiler, medreseler, hanlar, hamamlar, külliyeler, imaretler, gibi pek çok tarihi ve kültürel eserler bu şehre olan yoğun ilgiyi de gün yüzüne ulaşmasını sağlamıştır. "Evliyalar Şehri" olarak da bilinen şehir; birçok alim ve evliyanın yaşadığı türbe ve mezarların burada yer almasıyla daha çok önemli bir konuma gelmiştir (İbret ve diğerleri, 2015).

Kastamonu'da bulunan Şeyh Şaban-ı Veli Hazretlerinin Anadolu'nun dört manevi direğinden biri olmasının da bu şehre büyük katkı sağladığı dile getirilmektedir. Hacı Bektaş-ı Veli, Hz. Mevlâna ve Hacı Bayram Veli Anadolu'nun diğer manevi önderleri olarak bilinmektedir. Kastamonu'da Şeyh Şaban-ı Veli külliyesi dışında beş tane daha külliye yer almaktadır. İsmailbey Külliyesi, Yakupağa Külliyesi, Yılanlı Külliyesi, Nasurullah Külliyesi ve Benli Sultan Külliyesi bu külliyelerdendir. İnanç ve kültür olarak zengin bir il olan Kastamonu'nun daha birçok tarihi yapıları da olduğu belirtilmektedir (Tan ve Yıldırım, 2019).

Turizm açısından incelendiğinde ise Kastamonu Türk dünyası içerisinde de önemli bir yere sahiptir. Kastamonu şehri 2018 yılında Türk dünyası kültür başkenti seçilerek çeşitli etkinliklerle bu unvanı kutlamıştır. Bu unvan ile turizm açısından da kendini tanıtıma açan şehir turistik açıdan önemli bir konuma gelmiştir. Türk dünyasından çeşitli öğrencilerinde Kastamonu Üniversitesinde öğrenim görmesi de bu açıdan etkili olmuştur.

Yöntem

Çalışmada yöntem olarak nicel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Nicel yöntemler ile gerçeğe ilişkin olarak genelde miktar belirten sayısal veriler toplanmakta, bunlara dayalı karşılaştırmalar yapılmakta, aralarındaki farklılıkların anlamlı olup olmadığı incelenmiştir (Şimşek, 2012, s.100).

Veri toplama yöntemi olarak da nicel araştırma yöntemi olan anket tekniği tercih edilmiştir. Bu çalışmada, Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencileri örneklem olarak seçilmiştir.

Çalışmada turizm fakültesinde okuyan Türk dünyasından da içinde bulunan 280 öğrenciye anket tekniği uygulanmıştır. Anketler öğrenciler ile yüz yüze yapılmıştır. Anketlerin hepsi birebir gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın Hipotezler

H₁: "Yunus Emre'nin doğduğu yer Horasan'dır" ifadesiyle yaş arasında bir ilişki bulunmaktadır.

H₂: "Ey dost! Derdin ne olursa olsun umudun her zaman Allah olsun" sözü Yunus Emre'ye aittir ifadesinin bilinmesi cinsiyet ile ilişkilendirilebilir.

H₃: Makalat adlı eser Yunus Emre'ye aittir sözü ile eğitim arasında ilişki bulunmamaktadır.

Bulgular

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Frekans Analizi

Yaş	Frekans	%	Medeni durum	Frekans	%
18-24	236	84.3	Bekar	268	95.7
25-30	37	13.2	Evli	12	4.3
31-44	5	1.8	Eğitim Durumu	Frekans	%
45-54	1	.4	Önlisans	1	.4
55-64	1	.4	Lisans	256	91.4
Cinsiyet	Frekans	%	Yüksek lisans	19	6.8
Kadın	144	51.4	Doktora	4	1.4
Erkek	136	48.6	Meslek	Frekans	%
			Öğrenci	275	98.2
			Akademisyen	5	1.8

Katılımcıların yaş grupları analiz edildiğinde 280 katılımcıdan; 236 katılımcı 18-24 yaş aralığında, 37 katılımcı 25-30 yaş aralığında, 5 katılımcı 31-44 yaş aralığında, 1 katılımcı 45-54 yaş aralığında ve 1 katılımcı 55-64 yaş aralığında olduğu görülmektedir.

Çalışmaya katılan toplam 280 katılımcı bulunmaktadır. Bu kadın katılımcıların sayısı 144 iken erkek katılımcıların sayısı 136 olarak analiz edilmiştir.

Bu çalışmadan elde edilen analize göre katılımcılardan 268 kişinin bekar olduğu tespit edilmiş ve geri kalan 12 kişinin de evli olduğu analiz edilerek 280 katılımcıya ulaşılmıştır.

Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde; 1 katılımcı önlisans düzeyinde, 256 katılımcı lisans düzeyinde, 19 yüksek lisans düzeyinde ve 4 doktora düzeyinde eğitim alan toplam 280 katılımcı bulunmaktadır.

Ankete katılan katılımcıların mesleklerine yönelik bulgulara bakıldığında 280 katılımcıdan; 275 katılımcı öğrenci, 5 katılımcının ise akademisyen olduğu görülmektedir.

Güvenirlilik Analizi

Tablo 3. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	15

Bir ölçeği oluşturan maddelerin birbirleriyle olan ilişkilerini hesaplayarak iç tutarlılığı ne kadar sağladığımızı ölçmemize yaramaktadır. Buna göre elde edilen sonuçlara göre bu çalışmanın güvenirlik oranı %80 çıkmıştır.

Faktör Analizi

Tablo 4. KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme yeterliliğinin ölçüsü.		,720
Bartlett's küresellik testi	Yaklaşık ki-kare	1048,466
	df	105
	Sig.	,000

Faktör analizi kapsamında Bartlett testi sonucu 105 ve sig. Değeri 0,000 düzeyi ile Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem değeri ,720 olarak çıkmıştır. Faktör analizinde değişkenler arasında yüksek korelasyon ilişkisi aranmaktadır. Değişkenler arasındaki korelasyon azaldıkça faktör analizinin sonuçlarına olan güven de azalmaktadır. Sig. = 0,000 < 0,05 olduğundan Bartlett testi sonucu anlamlıdır.

Dolayısıyla değişkenler arasında yüksek korelasyon mevcuttur ve veriler çoklu normal dağılımdan gelmiştir. KMO testinden elde edilen değere bakıldığında değer, 1'e yaklaştıkça mükemmel kabul edilirken 0,50'nin altına indiğinde ise kabul edilmemektedir (Kalaycı, 2008). Araştırmada KMO değeri 0,720 çıkmıştır. Dolayısıyla bu araştırmada örneklem bütünlüğü yeterlidir. Bu anket faktör analizi yapılmaya uygundur.

Anova Testi

Varyansların Homojenliği Testi

Tablo 5. Yunus Emre'nin doğduğu yer Horasan'dır

Levene İstatistiği	df1	df2	Sig.
1.766 ^a	2	275	.173

İlk bakılması gereken yer varyanslığın homojenliğidir. Homojenlik testinde sig. değeri 0,05'ten büyük olduğu için varyans homojendir.

Anova

Tablo 6. Yunus Emre'nin doğduğu yer Horasan'dır

	Karelerin Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	3.121	4	.780	.596	.666
Gruplar İçerisinde	359.964	275	1.309		
Toplam	363.086	279			

Bu değer 0.05'ten büyük sig. Değeri ,666 çıktığı için bu uyum gerçekleştirilemez demektir. Yani yaşın bu ifadeye uyarlanması katkısız demektir. Bu analiz yaş ile "Yunus Emre'nin doğduğu yer Horasan'dır" ifadesiyle arasını ilişkilendirebileceğimizi göstermemektedir.

H₁: "Yunus Emre'nin doğduğu yer Horasan'dır" ifadesiyle yaş arasında bir ilişki bulunmaktadır.

Yapılan anova analizi sonucunda sigma değerinin ,666 çıkması ve 005'ten büyük olması nedeniyle bu hipotez kabul edilememektedir. "Yunus Emre'nin doğduğu yer Horasan'dır" ifadesiyle yaş arasında bir ilişki bulunamaz ve hipotez reddedilmektedir.

Varyansların Homojenliği Testi

Tablo 7. "Ey dost! Derdin ne olursa olsun umudun her zaman Allah olsun" sözü Yunus Emre'ye aittir

Levene İstatistiği	df1	df2	Sig.
.469	1	278	.494

İlk bakılması gereken yer varyanslığın homojenliğidir. Homojenlik testinde sig değeri 0.05'ten büyük olduğu için varyans homojendir.

Anova

Tablo 8. "Ey dost! Derdin ne olursa olsun umudun her zaman Allah olsun" sözü Yunus Emre'ye aittir

	Karelerin Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	1.389	1	1.389	1.157	.283
Gruplar İçerisinde	333.754	278	1.201		
Toplam	335.143	279			

Bu değer 0.05'ten büyük sig. Değeri ,283 çıktığı için bu model saçma demektir. Yani cinsiyetin bu ifadeye uyarlanması katkısız demektir. Bu analiz cinsiyet ile "Ey dost! Derdin ne olursa olsun umudun her zaman Allah olsun" sözü Yunus Emre'ye aittir ifadesiyle arasını ilişkilendirebileceğimizi göstermemektedir.

H₂: "Ey dost! Derdin ne olursa olsun umudun her zaman Allah olsun" sözü Yunus Emre'ye aittir ifadesinin bilinmesi cinsiyet ile ilişkilendirilebilir.

Anova testine göre sigma değeri ,283 çıkan bu ifade 005'ten büyük olduğu için bu hipotez kabul edilmemektedir. "Ey dost! Derdin ne olursa olsun umudun her zaman Allah olsun" sözü Yunus Emre'ye aittir ifadesiyle cinsiyeti ilişkilendirmek mümkün olmadığı için hipotez reddedilmektedir.

Varyansların Homojenliği Testi

Tablo 9. Makalat adlı eser Yunus Emre'ye aittir

Levene İstatistiği	df1	df2	Sig.
.859 ^a	2	276	.425

İlk bakılması gereken yer varyanslığın homojenliğidir. Homojenlik testinde sig değeri 0,05'ten büyük olduğu için varyans homojendir.

Anova

Tablo 10. Makalat adlı eser Yunus Emre'ye aittir

	Karelerin Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar	27.341	3	9.114	5.028	.002
Arasında	500.227	276	1.812		
Gruplar İçerisinde	527.568	279			
Toplam					

Burada önemli olan sig. Değer bu değer 0.05'ten küçük olduğundan kurduğumuz ifadeyle eğitim arasında anlamlı bir uyum sağlanmıştır. Bu analiz eğitim ile makalat adlı eser Yunus Emre'ye aittir yorumuyla arasını ilişkilendirebileceğimizi göstermektedir.

H₃: Makalat adlı eser Yunus Emre'ye aittir sözü ile eğitim arasında ilişki bulunmamaktadır. Bu hipotez yapılan analiz sonucunda kabul edilmektedir. Bu yüzden de makalat adlı eser Yunus Emre'ye aittir ifadesi eğitim ile ilişkilendirilebilmektedir.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Çalışmanın kapsamında Yunus Emre'nin Türk dünyası gençliğinin üzerinde bilinirliği incelenmiş olup aslında demografik özelliklerin de bu bilinirliğe katkısının olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sebeple ki gençlerin bir kısmının Yunus Emre'yi ve eserlerini, türbelerini bildiği gözlemlenirken araştırmaya katılan bir kısmında bilmediği ya da kararsız olup aslında bildiklerinin de doğru olup olmadıklarından emin bir şekilde bilgi sahibi olmadıkları saptanmıştır.

Gençlere aslında bu bilgilerin öğretildiği aşikârdır. Ama bu bilgiler doğrultusunda tasavvuf önderlerinin unutulması da acımasız bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Yunus Emre gibi birçok tasavvuf önderi, gençler arasında yavaş yavaş unutulmaya başlamıştır. Oysaki birçok türbesi/makamı bulunan Yunus Emre inanç turizmi kapsamında gençlere tanıtılarak hem bilgilerin taze kalması sağlanabilir hem de turizm açısından da canlılık getirilmesiyle bambaşka bir boyuta aktarım sağlanabilir.

Tasavvufi düşünce yapısıyla da ön plana çıkan Yunus Emre, sevgi ve barış dilini savunmaktadır. Nefretten ve şiddetten uzak durulmasını savunan değerli mutasavvıf,

Anadolu'da bütün gittiği yerlerde birlik olmayı, huzur içinde yaşamayı öğütlemiştir. Kardeşlik ilkesi içerisinde bütün insanların birbirlerini sevmesini ve saygı göstermesini öğütleyerek bu düşünceleriyle günümüze kadar ulaşmıştır.

Yunus Emre aslında sadece sözleriyle ve eserleriyle değil Türkçeyi sade bir dil olarak kullanışıyla da ön plana çıktığı görülmektedir. Aslında istese o zamanlarda Türkçeyi değil Arapça ya da Farsçayı da tercih edebilecek olan mutasavvıf, o dillere bulaşmayarak sadelikten yana olmuştur. Türkçeyi sade bir biçimde kullanması gerçekte onun özüne nasıl sahip çıktığını ortaya koymaktadır. Bu özelliğiyle de gençlerin örnek alacağı değerli bir kişilik olarak hayatını devam ettirmiştir.

Şimdiki gençlere bakıldığında kendi dillerinden daha çok farklı dillere özendikleri ortaya çıkmaktadır. Aslında bu birazda kültür yozlaşmasına yol açmaktadır. Daha çok gençlerin anadillerinden uzaklaşarak yabancı kelimeleri kullanması Türkçeyi çıkmaza sokmaktadır. Bu sebeple Türkçeyi benimseyen, özünü unutmayan Yunus Emre gibi mutasavvıfların gençlere daha çok tanıtılarak özlerinin hatırlatılması gün yüzüne ışık tutacağını ortaya koymaktadır.

İnanç turizmi kapsamında da önemli bir mevkiye bulunan Yunus Emre'nin değerleri daha çok orta yaşlı kesim tarafından rağbet görmektedir. Genç kesimde ise sadece bilinirlik boyutunda kalmıştır. Böyle değerli bir şahsiyetin Türk dünyasındaki yerinin de kıymeti ön plana çıkmıştır.

Türk dünyasında önemli bir konuma sahip olan ve bu coğrafyalarda yaşamış, gezmiş görmüş ve aldığı ilim irfanı öğretme doğrultusunda burada yaşayan halka kardeşlik, barış ve saygıyı aşılama çalışmıştır. Yunus Emre'nin her dönemde sevilen bir halk aşığı olduğu da ortaya çıkmaktadır. Anadolu'nun birçok yerinde sözleriyle bilinen ve gençlere de bıraktığı eserleriyle birlikte yol gösterici olmaktadır. Yunus Emre açısından 2021 yılının önemine bakıldığında Yunus Emre'nin vefatının 700. Yıl Dönümü" UNESCO'nun anma programına ve kutlama yıl dönümleri arasına girmesiyle Türkiye'de 2021 yılı "Yunus Emre ve Türkçe Yılı" olarak ilan etmiştir.

UNESCO'nun bu kıymetli halk aşığını anma programına alması da ülkemizde turizm açısından önem taşımaktadır. Böylelikle Türk dünyasından olan değerli mutasavvıflar tanınmış olacak ve inanç turizmi açısından da gezip görülerek ülkemiz turizmine hareketlilik katmış olacaktır. Olaya başka bir boyutla bakıldığında da gençlerimizde bu hareketliliğe duyarsız kalmayarak onların da bu turizm aktivitelerine katılımları sağlanmış olacaktır.

2021 yılı bir tek UNESCO tarafından önemli bir yıl değil Türkiye açısından da önemli bir yıl olarak ön plana çıkmaktadır. Türkiye'de bu yılı "Yunus Emre ve Türkçe Yılı" olarak ilan etmiş ve farklı faaliyetlerle bu yılın ön plana çıkarılması ön görülmüştür.

Bu çalışmanın odağında ortaya çıkan öneriler ise şöyledir:

1.Gençlere Yunus Emre ve diğer mutasavvıflar olmak üzere inanç turizmi kapsamında geziler düzenlenmelidir.

2.Öğrenim hayatlarında da bu değerli tasavvufi düşünörlere yeterince zaman ayrılarak öğretilmesi sağlanmalıdır.

3.Yunus Emre'nin türbelerinin veya makamlarının bulunduğu yerlerinin tanıtımı yapılmalıdır.

4.Gençlerin bilgilerinin daha taze kalması ve unutulmaması için gezici tanıtım araçları ile iş birliği sağlanarak hayatlarıyla ilgili kısa tanıtımlar yapılmalıdır.

5.Reklam afişleri düzenlenerek şehirlerin veya gençlerin en çok vakit geçirdikleri yerlere asılmalıdır.

6.Türk dünyası ülkeleri arasında iş birliği sağlanarak Yunus Emre'nin tanıtılması hakkında toplantılar, seminerler ve paneller gerçekleştirilmelidir.

7.Üniverstelerin turizm fakültelerinde bulunan öğrencilerden inanç turizmi kapsamında tanıtımı ve gelişimi hakkında bilgilendirmeler yapan bir topluluk kurulmalıdır. Böylelikle unutulmaya yüz tutmuş tasavvuf önderleri hatırlatılmalıdır.

Kaynakça

- Avcı, M. (2019). Vuslatının 450 Yıl Dönümünde Hz. Pir Şey Sabani Veli Yılı 2019.
- Bars, M. E., & Irmak, Y. (2019). Tasavvuf ve Halk İnancı Işığında Yunus Emre'de Toprak İmgesi. *Journal of Social Sciences Institute/Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(18).
- Bulut, Y., & Gülcan, B. (2018). Kültürel Yabancılaşmaya Bağlı Otantiklik Arayışına Türk Dünyası Turizmi Cephesinden Bakış. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4).
- Durbilmez, B. (2017). *Türk dünyası kültürü*. Ötüken Neşriyat.
- Eykay, İ., Dalgın, T., & Çeken, H. (2015). İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Antakya'nın Değerlendirilmesi. *Journal Of Life Economics*, 2(2), 59-74.
- İbret, Ü., Aydınöz, D., & Uğurlu, M. (2015). Kastamonu şehrinde kültür ve inanç turizmi. *Marmara coğrafya dergisi*, (32), 239-269.
- Kalaycı, Ş. (2010). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. Ankara: Öz Baran Ofset, Asil Yayın Dağıtım.
- Karagöz, B., & Şeref, İ. (2019). Yunus Emre ile ilgili araştırmaların bibliyometrik analizi. *Akdeniz Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 13(27), 123-141.
- Kavak, A. (2017). Hoca Ahmed Yesevî ve Yunus Emre'nin Türklerin Tasavvufî Kültürüne Katkıları. *Universal Journal Of Theology*, 2(2), 133-142.
- Oğuz, M. Ö. (2011). Çok mekânlı ve/veya çok mezarlı anlatı kahramanları: Yunus Emre. *Milli Folklor Dergisi*, 12(91), 5-11.
- Özköse, K. (2016). Anadolu Tasavvuf Önderleri (2. bs.). İstanbul: Mavi Yayıncılık.
- Sargın, S. (2006). Yalvaç'ta İnanç Turizmi. *Fırat Üniversitesi Toplumsal Bilimler Dergisi*, 16(2), 1-18.
- Sevgi, A. (2012). Yunus Emre'de insan sevgisinin evrensel olarak doğrultusunda. *Türk Araştırmaları (Elektronik)*, 7 (1), 99-103.
- Şimşek, A. (2012), Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını NO: 2653, Açık öğretim Fakültesi Yayını NO: 1619, s.97.
- Tan, F. Z., & Yıldırım, C. (2019). İnanç Turizmi: Kastamonu İli Turizm Alt Yapısına Katkısı. *Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 83-91.
- Yetim, F. (2005). Yunus Emre'nin Kabri ile İlgili Görüşler Üzerine. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1).
- Yılmaz, Ö. (2013). Zaman ve Mekânı Aşan Söylemleriyle Yunus Emre'de İnsan Anlayışı. *Journal of Social Sciences Eskişehir Osmangazi University/Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*.

İnternet Kaynakları

<https://islamansiklopedisi.org.tr/yunus-emre> Erişim Tarihi:03.02.2021

https://tr.wikipedia.org/wiki/Türk_Dünyası_Kültür_Başkenti Erişim Tarihi:11.03.2021

<https://www.turkyurdu.com.tr/yazar-yazi.php?id=1136> Erişim Tarihi:19.032021

<https://www.sozadresi.com/yunus-emre-sozleri/> Erişim Tarihi:09.04.2021

<https://www.neoldu.com/yunus-emrenin-en-guzel-siirleri-sozleri-9423h.htm> Erişim Tarihi:22.05.2021

Kastamonu Turizm Çalışmalarının UNESCO Miras Listeleri ve Programlarına Hazırlık Sürecinde Kurumsallaşma ve Yerel Kalkınma Özelinde Değerlendirilmesi

Begüm Hazal Kurt
Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı
bhkurt@kuzka.gov.tr
<https://orcid.org/0000-0002-3188-2777>

DOI: <https://doi.org/10.37847/tdtd.1067042>

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Makale Gönderim Tarihi: 02.02.2022

Makale Kabul Tarihi: 27.04.2022

Özet

Amaç: Bu çalışma, Kastamonu'nun UNESCO Miras Listeleri ve Programlarına hazırlık sürecini yerel kalkınma ve kurumsallaşma açısından değerlendirerek literatüre katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Yöntem: Bu makale, Kastamonu Gastronomi Eylem Planını (2021-23), UNESCO Misyon Belgesini (Mission Statement), UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Başvuru Formunu ve Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarını temel alarak Kastamonu turizm çalışmalarını yerel kalkınma ve kurumsallaşma özelinde incelemek için bir vaka çalışması olarak kullanıyor.

Bulgular: Şehirlerin UNESCO Programları ve Miras Listeleri hazırlık süreçleri farklı aktörler arasında iş birliği geliştirmeyi ve iş birliği kültürü oluşturmayı teşvik eder.

Tartışma: Turizm pek çok ulusal ekonomi için gelir kaynağı yaratan önemli bir sektördür. 2019 yılında 1,4 milyar dolar uluslararası turizm gelirleri ile istihdama önemli katkı sunmaktadır. (UNWTO, 2020). Turizmin etkisinin büyüklüğü destinasyonlar arasındaki rekabeti artırırken her bir destinasyon marka değerini artırmaya yönelik çalışmalara da hız vermektedir. Bu değeri olumlu yönde etkileyen unsurlardan biri de destinasyonun belli standartlara sahip olduğunu gösteren uluslararası etiketler ya da bir diğer ifade ile marka değer taşımalarıdır. Bu noktada, Türkiye'de de destinasyonlar uluslararası ağlara dahil olmak için önemli çalışmalar yapmaktadır. Özellikle son yıllarda, artan başvuru sayısı ile öne çıkan UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, şehirlerin marka değerlerini artırmak için hazırladıkları rekabetçi programlardan biridir. Yedi yaratıcı tema üzerine kurulu programa, Kastamonu da gastronomi şehri olmak için çalışmalarını sürdürmektedir. Bu çalışmada Kastamonu UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı hazırlık sürecinin kurumsallaşma ve yerel kalkınmaya etkileri değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Kastamonu, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, Yerel Kalkınma, Uluslararası Kurumlar, Kurumsallaşma

Evaluation of Kastamonu Tourism Studies in terms of Institutionalization and Local Development in the Preparation Process for UNESCO Heritage Lists and Programs

Abstract

Purpose: This study aims to contribute to the literature by evaluating Kastamonu's preparation process for UNESCO Heritage Lists and Programs in terms of local development and institutionalization.

Method: This article uses Kastamonu tourism studies as a case study to examine local development and institutionalization based on Kastamonu Gastronomy Action Plan (2021-23), UNESCO Mission Statement, UNESCO Creative Cities Network Application Form and Sustainable Development Goals.

Findings: The preparation processes of cities for UNESCO Programs and Heritage Lists encourage cooperation between different actors and create a culture of cooperation.

Discussion: Tourism is an important sector that creates a source of income for many national economies. With its international tourism revenues of 1.4 billion dollars in 2019, it makes a significant contribution to employment (UNWTO, 2020). While the magnitude of the impact of tourism increases the competition between destinations, it also accelerates the efforts to increase the brand value of each destination. One of the factors that positively affect this value is international labels showing that the destination has certain standards, or in other words, they have brand value. At this point, destinations in Turkey are making important efforts to be included in international networks. Standing out with the increasing number of applications in recent years, the UNESCO Creative Cities Network is one of the competitive programs that cities try to be involved in increasing their brand value. With the program based on 7 creative themes, Kastamonu continues to prepare to become a gastronomy city. In this study, the effects preparation process of Kastamonu in regard with UNESCO Creative Cities Network will be evaluated in terms of institutionalization and local development .

Key Words: Kastamonu, UNESCO Creative Cities Network, Local Development, International Organization, Institutionalization

Giriş

Türkiye’de farklı düzeydeki pek çok aktör, çeşitli projelerle uluslararası kurumların programlarına dahil olmakta ya da bu yönde hazırlık ve çalışmalar yürütmektedir. Aktörlerin temel motivasyonu, markalaşma ve tanıtım çalışmalarına katkı sunacak birer “marka değere” sahip olmak iken, bu perspektifle yürütülen faaliyetler çoğu zaman istenilen etkiyi yaratmaktan uzak kalmaktadır. Uluslararası kurumların programlarına yönelik hazırlık ve çalışmalarını markalaşma-tanıtım neden-sonuç ilişkisi üzerinden değerlendirmek yerine daha geniş bir bakış açısıyla yapılacak analizlerin “marka değer” olmanın etkilerini kuvvetlendireceği düşünülmektedir.

Uluslararası kurumlar misyonlarına uygun politika araçları geliştirir ve bu politikaları, misyonunu destekleyecek şekilde mümkün olduğu kadar geniş bir alana yaymayı amaçlar. Uluslararasından yerele, yerelin bu süreçlere entegre olmasını sağlayacak destek mekanizmaları oluştururlar. Bu durum, yerelde yönetim mekanizmalarını ve politikalarını hayata geçirmeyi teşvik eder.

Bu çalışma, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı (YŞA) kapsamında hazırlıkları devam eden Kastamonu şehrinin yönetim mekanizmalarını ve yerel kalkınma dinamiklerini Kastamonu Gastronomi Eylem Planı (2021-23) çerçevesinde değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda, yapılan çalışmalar ve şehrin gastronomi eylem planının kamuoyuyla paylaşılmasına kadarki süreç “yerel kalkınma” ile “yönetişim ve kurumsallaşma” kavramları üzerinden değerlendirilecektir. Bu doğrultuda, uluslararası kurumların, yerelin yönetim ve kurumsallaşma süreçlerine nasıl katkıda bulunduğu Kastamonu UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı gastronomi şehri adaylık çalışmaları üzerinden ele alınacaktır. Kurumsallaşmanın temeli, yerele katkıları ve UNESCO

sürecinin yerel kalkınma dinamiklerine etkileri Kastamonu'nun UNESCO Miras Listeleri ve Programlarına ilişkin çalışmalarını üzerinden değerlendirilecektir.

Kastamonu UNESCO Masalarının Yönetişim ve Kurumsallaşma Süreçlerine Etkileri

2.Dünya Savaşı'nın getirdiği yıkım sonucunda, benzer süreçlerin tekrar etmemesi, *dil, din, etnisite, cinsiyet ayrımı gözetmeksizin* eğitimi, bilimi ve kültürü esas alarak iş birliğini teşvik eden ve barışı ve güvenliği desteklemek misyonuyla 16 Kasım 1945 yılında Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO) kurulmuştur (UNESCO, 2018a) (UNESCO, 2018b).

Bu yıllarda kurulan tek uluslararası kurum UNESCO olmadığı gibi, pek çok farklı alanda uluslararası iş birliği kurumsallaşmaya başlamıştır. Dayanışma ve diyalog kültürü yaratmayı amaçlayan kurumsallaşma süreçleri, küreselleşmenin de etkisiyle farklı düzeylerdeki aktörler (yerel, ulusal, uluslararası) arasında iş birliğini güçlendirmeyi teşvik etmektedir. Uluslararası alanda sorunların tekil aktörler tarafından çözülmesinin giderek zorlaşması ve iş birliğine ihtiyaç duyulması; bununla birlikte, kültürlerin konuları ele alış biçimlerinin ve çözüm yöntemlerinin farklılığının getirdiği dinamizm sürecin etkinliğini artırmaktadır.

2004 yılında UNESCO programı olarak hayata geçen Yaratıcı Şehirler Ağı (YŞA), *edebiyat, film, müzik, zanaat ve halk sanatları, tasarım, gastronomi ve medya sanatları* olmak üzere 7 yaratıcı tema üzerinden "şehir" merkezli bir yerel kalkınma programıdır. Merkezine kültürü ve yaratıcılığı alarak yerel kalkınmayı ve sürdürülebilirliği desteklemesi, farklı temalarda iyi uygulamaların bir uluslararası ağ içerisinde paylaşarak aktörlerin iş birliğini güçlendirmesi ve farklı toplumsal katmanları bir araya getirmesi YŞA'nın temel amaçları arasındadır (UNESCO, 2017). YŞA, 2015 yılında ilan edilen Sürdürülebilir Kalkınma 2030 Gündemini destekleyerek sürdürülebilirliğe yerelde de katkı sunmayı misyon edindiği görülmektedir.

UNESCO YŞA'ya hazırlık süreci ve dahil olunursa sonrasındaki eylem planının kapsamı kurumsallaşma ve yönetim mekanizmalarının geliştirilmesini ihtiyaç kılar. Ayrıca, *UNESCO Mission Statement*¹ (2017) iş birliğini ve farklı aktörlerin bir araya gelmesini destekler:

Özellikle kamu ve özel sektör ile sivil toplum kuruluşlarını içeren ortaklıklar yoluyla kentsel gelişmenin üye şehirler tarafından yaratıcılığın temel bir bileşeni haline getirilmesi için yürütülen girişimleri teşvik etmek ve geliştirmek (UNESCO, 2017).

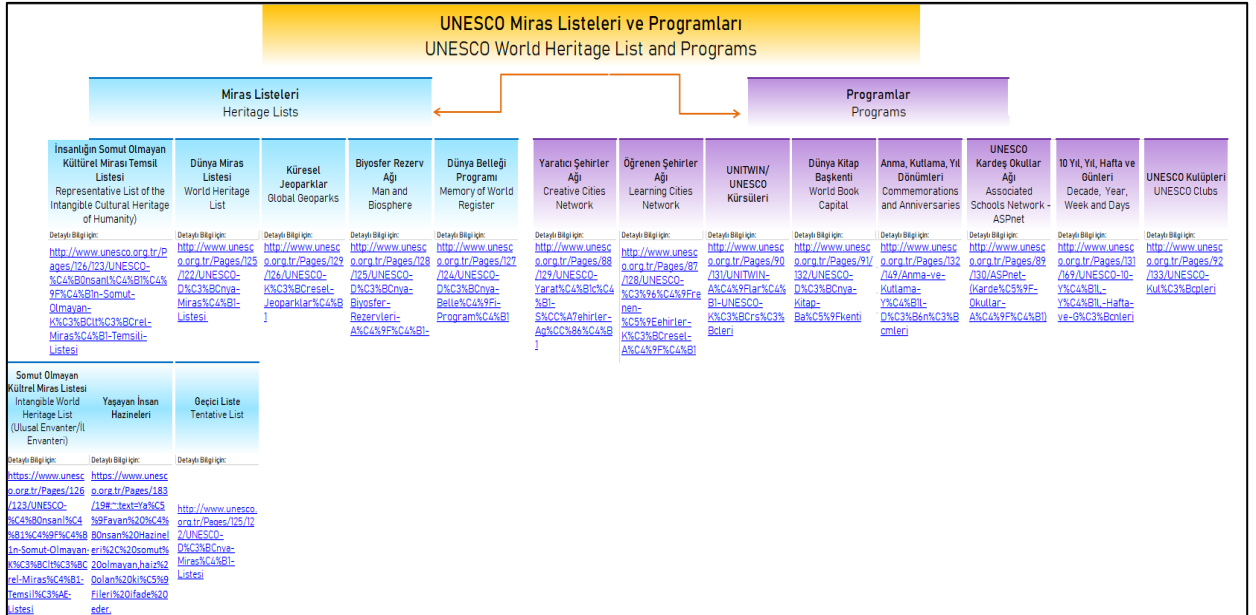
Kamunun, özel sektörün ve sivil toplumun yaratacağı sinerji, ortak bir amaç doğrultusunda bir araya gelen söz konusu aktörlerin belirlenen değerler ve ilkeler çerçevesinde kurumsallaşma sürecini başlatmaktadır. Barley ve Tolbert'a göre, "Kurumlar, toplumsal aktörlerin kategorilerini ve onların uygun davranışlarını ve

¹ Çalışmanın geri kalanında UNESCO Misyon Belgesi olarak ifade edilecektir. Bu çalışmada kullanılan söz konusu metnin (UNESCO Mission Statement, 2017) bölümlerinin gayri resmi çevirisi Begüm Kurt tarafından yapılmıştır. Bu çalışmada metne yapılmış olan tüm atıflarda belgenin çevirisinden kaynaklı uyumsuzluk olması durumunda İngilizce belge dikkate alınmalıdır. Bknz. https://en.unesco.org/creative-cities/sites/default/files/uccn_mission_statement_en.pdf

ilişkilerini tanımlayan ortak kurallar ve tiplendirmeler” iken (Barley & Tolbert, 1997, s. 96); Nişancı, Oğrak vd. kurumsallaşmayı şu şekilde ifade etmiştir:

Kurumsallaşma, bir örgüt veya işletmenin kişilerden bağımsız olarak kurallara, standartlara, prosedürlere sahip olması, değişen çevre koşullarını takip eden sistemleri kurması ve gelişmelere uygun olarak örgütsel yapısını oluşturması, kendisine özgü iletişim ve iş yapma yöntemlerini kültür haline getirmesi ve böylece diğer işletmelerden farklı ayırt edici bir kimliğe bürünmesi sürecidir (Nişancı, Oğrak, Kaya, Özçelik, & Düzgün, 2015, s. 178).

Kurumsallaşma, belli ilkeler ve prensipler üzerinden hedeflere yönelik olarak aktörlerin yerine yöntemin öne çıktığı süreçlerdir ve iş birliği ve diyalog çerçevesinde, sürecin şeffaf, açık, net ve hesap verilebilir olmasını sağlar.



Şekil 1. UNESCO Miras Listeleri ve Programları

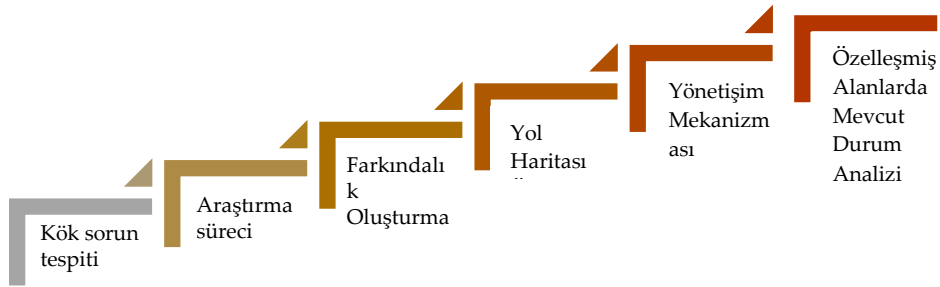
Kaynak: (UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, 2021)².

Şekil 1’de beş miras listesi ve sekiz programdan oluşan UNESCO Miras Listeleri ve Programları görülmektedir. UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Miras Temsil Listesi (ulusalda Yaşayan İnsan Hazinesi ve Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi), UNESCO Dünya Miras Listesi (ulusalda Geçici Liste), UNESCO Küresel Jeoparkları, UNESCO Dünya Biyosfer Rezervleri Ağı ve UNESCO Dünya Belleği Programı UNESCO’nun miras listelerini temsil eder. UNESCO programları arasında ise UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, UNESCO Öğrenen Şehirler Ağı, UNITWIN/UNESCO Kürsüleri, UNESCO Dünya Kitap Başkenti, Anma ve Kutlama Yıl Dönümleri, ASPnet Kardeş

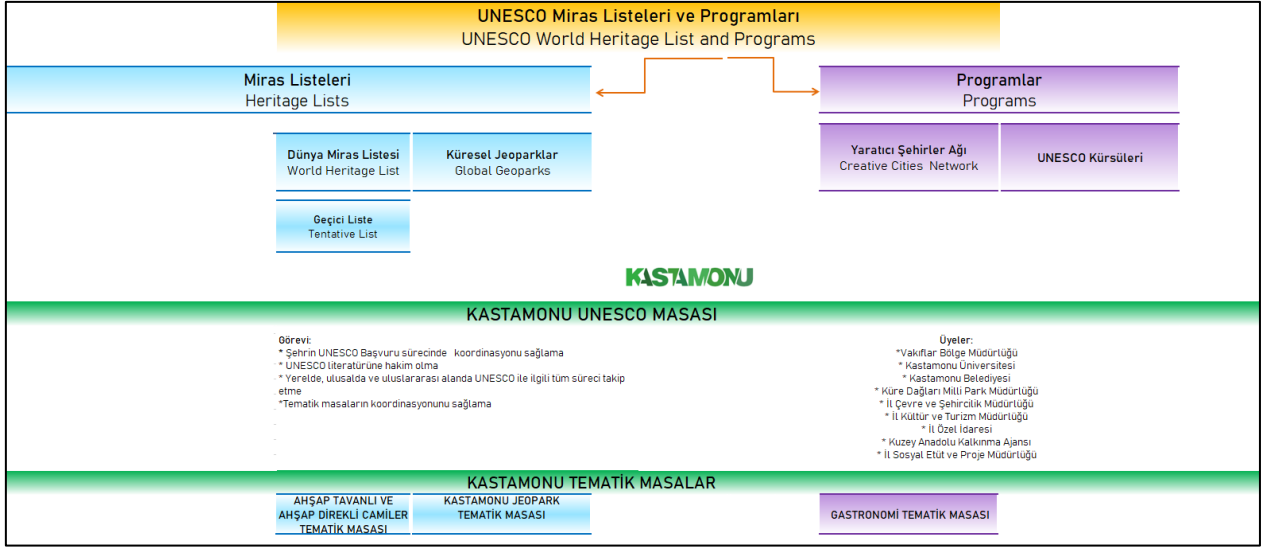
² İlgili tablo, UNESCO Miras Listeleri ve Programlarını bir bakışta görmek üzere UNESCO Türkiye Milli Komisyonu web sitesinden yararlanılarak hazırlanmıştır. Detaylar için UNESCO Türkiye Milli Komisyonu Miras Listeleri ve Programlarının yer aldığı web sitesine bakılabilir. Bknz. <https://www.unesco.org.tr/>

Okullar Ağı, UNESCO 10 Yıl, Yıl, Hafta ve Günleri ve UNESCO Kulüpleri yer almaktadır (UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, 2021).

Kastamonu’da UNESCO çalışmalarının kurumsallaşma süreci, 2014 yılında UNESCO Türkiye Geçici Miras Listesi’nde yer alan Kasaba Köyü Mahmut Bey Camisi’nin UNESCO Dünya Miras Listesi’nde yer alması için gerekli çalışmaların ne olduğunun araştırılması ile başlamıştır. Bu çalışma, diğer UNESCO programları ve miras listelerine ilişkin farkındalık oluşturmaya başlamış ve kamu kurumlarına UNESCO Dünya Miras Listesi adaylık süreci ve UNESCO programları ve miras listelerine ilişkin bilgi vermek üzere 24 Haziran 2019 tarihinde Kastamonu’da bir UNESCO toplantısı gerçekleştirilmiştir. İlgili tüm paydaşlara UNESCO miras listeleri ve programlarına ilişkin alt yapı oluşturmak amacıyla yapılan toplantıda şehrin bu yönde nasıl bir çalışma yöntemi izlemesi gerektiğine ilişkin yol haritası önerisi sunulmuştur. Öneri neticesinde, UNESCO çalışmalarını takip etmek üzere 9 farklı kurumun temsilcisinden oluşan bir “Kastamonu UNESCO Masası” kurulmuştur. Böylece bir yönetim mekanizması ve ardından şehrin hangi miras listelerine ve programlarına başvurusunun uygun olacağı tespit etmek üzere çalışmalar başlamıştır. Bu çalışmalar neticesinde, şehrin uygun olduğu program ve miras listelerine yönelik uzmanlık düzeyinde çalışacak tematik masaların kurulması amaçlanmış olup 28 Ocak 2020 tarihinde tematik masalar kurulmuştur. Yukarıda özetlenen, Kastamonu’nun UNESCO Program ve Miras Listeleri ile ilgili çalışma yöntemi Şekil 2’de yer almaktadır. 2019 yılından bugüne Kastamonu UNESCO Masası ve tematik masalar toplantılarını düzenli olarak gerçekleştirerek sürece ilişkin tutanaklar ve almanak hazırlamıştır. Kastamonu UNESCO Masası, pek çok etkinliğe ev sahipliği yapmış, şehirde farklı paydaşlarla farkındalık toplantıları gerçekleştirmiş ve UNESCO’ya ilişkin pek çok alanda etkinliğe katılarak şehri temsil etmiştir. Bu doğrultuda hem ulusal da hem uluslararası farklı paydaşlarla network kurmuştur.



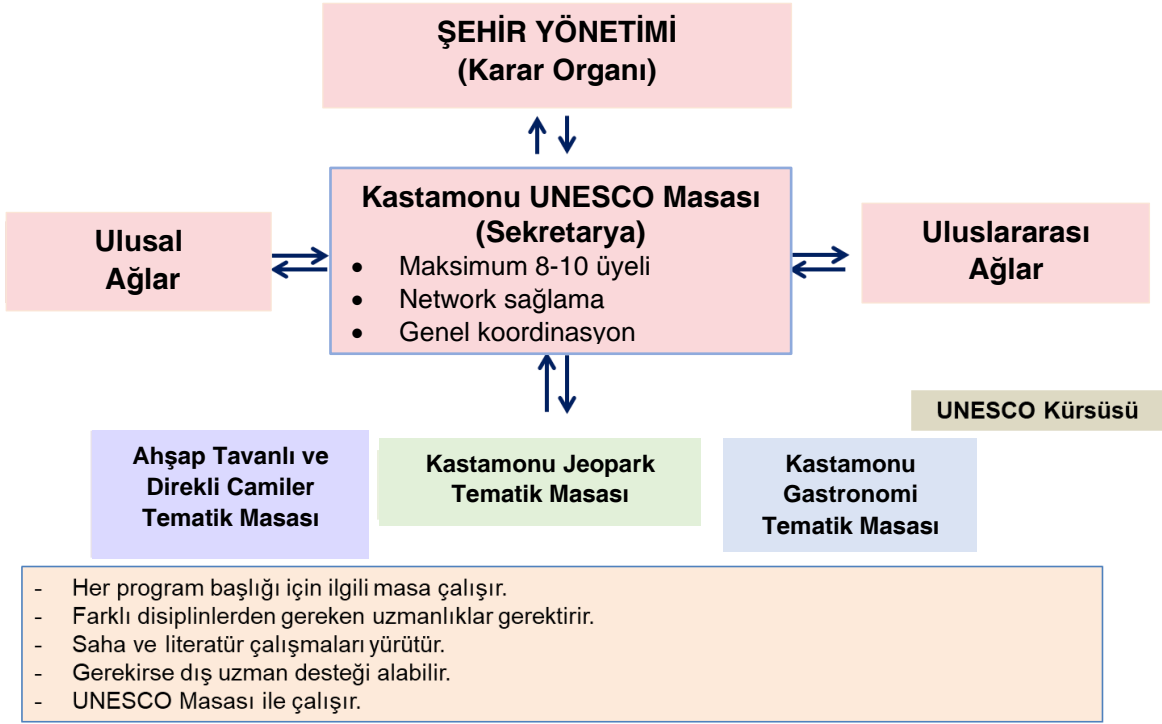
Şekil 2. Kastamonu UNESCO Çalışmaları Yöntemi



Şekil 3. Kastamonu UNESCO Masası ve Tematik Masalar³

Şekil 3'te, Kastamonu UNESCO Masası'nın Kastamonu Vakıflar Bölge Müdürlüğü, Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu Belediyesi, Küre Dağları Milli Parkı X. Bölge Müdürlüğü, Kastamonu Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği İl Müdürlüğü, Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Kastamonu İl Özel İdaresi, Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı ve Kastamonu İl Sosyal Etüt ve Proje Müdürlüğü temsilcilerinden oluştuğu görülmektedir. Ayrıca şehrin hazırlandığı UNESCO Miras Listeleri ve Programları'na yönelik oluşturulan tematik masalar da Şekil 3'te yer almaktadır. Geçici listede bulunan Kasaba Köyü Mahmut Bey Camisi'nin Dünya Miras Listesi'nde yer alması için yürütülen çalışmalara yönelik Ahşap Tavanlı ve Ahşap Direkli Camiler Tematik Masası; Kastamonu Güney Karadeniz Jeoparkı projesinin Küresel Jeoparklar'a dahil olması için Kastamonu Jeopark Tematik Masası ve UNESCO Programları'ndan olan Yaratıcı Şehirler Ağı çalışmaları için Kastamonu Gastronomi Tematik Masası kurulmuştur.

³ Şekil 3'te, şehirde başlatılan UNESCO Miras Listeleri ve Programlarına yönelik kurumsallaşma çalışmaları gösterilmektedir. Şehirdeki çalışmaları koordine eden Kastamonu UNESCO Masası ile üç tematik masa yer almaktadır. Anadolu'daki Ahşap Tavanlı ve Ahşap Direkli Camiler, Dünya Miras Listesi için ve Kastamonu Güney Karadeniz Jeoparkı projesi, Küresel Jeoparklar için hazırlıkları devam etmektedir. Şehrin hazırlandığı bu iki miras listesinin çalışmalarını takip etmek üzere iki tematik masa kurulmuştur. Bununla birlikte, iki UNESCO programı için -Yaratıcı Şehirler Ağı ve UNESCO Kursüsü- çalışmalar devam etmektedir. Yaratıcı Şehirler Ağı gastronomi şehri başvurusu için hazırlık sürecini takip etmek üzere Gastronomi Tematik Masası kurulmuştur.



Şekil 4. Kastamonu UNESCO Masası ve Kastamonu Tematik Masaları

2019 yılından beri, şehirdeki UNESCO çalışmalarını Kastamonu UNESCO Masası ve tematik masalar yürütmektedir. Kastamonu UNESCO Masası şehirdeki tüm UNESCO çalışmalarını koordine etmek, şehirde miras listeleri ve programlarına yönelik farkındalık yaratmak, UNESCO'nun farklı program ve miras listeleri için başvuru süreçlerini yönetecek tematik masaları yönlendirmek ve şehir yönetimine söz konusu çalışmalara ilişkin süreçleri aktarmakla görevlidir. UNESCO Miras Listeleri ve Programlarına ilişkin tanıtıcı bilgi notu ile ilgili kamu kurum ve kuruluşlardan şehrin yetenekli olabileceği farklı alanlara ilişkin görüş talep edilmiştir. Bu görüşler doğrultusunda şehrin çalışacağı dört alan tespit edilip Kastamonu tematik masalarının kurulması için başlatılan çalışmalar neticesinde Şekil 4'te yer alan üç masa kurulmuştur. Tematik masaların görevi başvuru süreçlerine ve sonrasına yönelik ilgili alanda şehri hazırlamak ve teknik sürecin sağlıklı bir şekilde yürütülmesi için gerekenleri belirlemektir. Kastamonu Gastronomi Tematik Masası'nda kamu-özel sektör-sivil toplumu da kapsayan pek çok farklı alandan temsilci yer almaktadır. 25'ten fazla kurumu kapsayan, 93 eylemli bir gastronomi eylem planı hazırlanmıştır. 2021-23 yıllarını kapsayacak olan eylem planı ilgili kurum ve kuruluşların görüşlerine sunulmuş ve nihai hale getirilmiştir. Kastamonu UNESCO Masası farkındalık çalışmaları doğrultusunda, Kastamonu Üniversitesi gastronomi temelinde bir UNESCO Kürsüsü kurulması için başvuru yapmıştır.

UNESCO'nun farklı programları ya da miras listelerine hazırlık sürecindeki Kastamonu'da, temelde kurumsallaşmayı destekleyen iki etmen öne çıkmaktadır: İş birliği kültürünün yaygınlaşması (diyalog) ve birlikte iş yapma kültürünün gelişmesi. Kalkınma dinamiklerini harekete geçiren bu iki temel bileşen, süreci başta yavaş sonrasında hızlanarak destekler. İş birliği kültürü ya da diyalog süreçleri, tüm

paydaşları bir araya getirerek sürecin olumlu-olumsuz yanlarını ortaya koymayı, süreçlerdeki iyileşmelere katkı sunmayı, nelerin önceliklendirileceğini, sınırlı kaynakların nasıl daha verimli kullanılacağını, eksikliklerin nasıl azaltılacağını, güçlenmesi gereken yönlerini, yöntemini ve daha pek çok konuya dair ayrıntıyı tartışmaya açarak tüm paydaşlarda farkındalık oluşturur. Tüm bu diyalog süreçleri şeffaf yönetişimi ve iyi organize olmuş birlikte iş yapma kültürünü geliştirir.

Birlikte iş yapma kültürü problemlerin giderek daha fazla aktörü etkilediği, karşılıklı bağımlılığın arttığı, tekil olarak çözülmesi mümkün olmayan, daha fazla kaynağa ihtiyaç duyulan sorunların çözümüne katkı sunar. Sorunlara ve çözümlerine ilişkin tüm aktörleri bir araya getiren ve enerjiyi bir yönde kanalize eden birlikte iş yapma kültüründe-her kurumun kendi sorumluluk alanında tekil olarak katkı sunması yerine-görev ve sorumluluk paylaşımlarının arttığı ve asimetrik bilginin azaldığı görülmektedir. 2016 yılında turizm tanıtım çalışmalarında eşgüdüm sağlanması için şehir tarafından hayata geçirilen Bütünleşik Turizm Projesi, paydaşların aktif katılımı ve iş birliğine yönelik olarak tasarlanmış ve Kastamonu Turizm Eylem Planı ile şehirde birlikte iş yapma kültürünü hayata geçirmiştir.

Kastamonu UNESCO Miras Listeleri ve Programlarına yönelik yöntem kurumsallaşma çalışmalarının daha sağlam bir şekilde ilerlemesini sağlamıştır. Şehrin yetenekleriyle örtüştüğü düşünülen dört alanda önemli ilerlemeler sağlamıştır. İlk olarak, geçici listede olan ve Kasaba Köyü Mahmut Bey Camisi'nin de içinde yer aldığı Anadolu'daki Ahşap Tavanlı ve Ahşap Direkli Camiler (Kastamonu, Konya, Ankara, Eskişehir ve Afyonkarahisar) T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın koordinasyonunda Türkiye'nin ilk seri başvuru adayı olarak 2022 yılı Dünya Miras Listesi'nde yer alması için çalışmalar yürütülmektedir. Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu UNESCO Masası'nın farkındalık çalışmaları ile gastronomi alanında bir UNESCO Kürsüsü kurulması için başvuru yapmıştır. Cide, Şenpazar, Pınarbaşı, Azdavay, Doğanyurt, Ağlı, Küre, İnebolu, Bozkurt, Abana ve Çatalzeytin olmak üzere 11 ilçeyi kapsayan Kastamonu Güney Karadeniz Jeoparkı Projesi kurulmuş olup UNESCO Küresel Jeoparkları'na dahil olmak için hazırlıklar sürmektedir. Kastamonu'nun UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı gastronomi şehri olması için de çalışmalar devam etmektedir. Kastamonu Gastronomi Eylem Planı'nın hazırlanması ve hayata geçirilmesinde benzer süreçler mevcuttur. Kastamonu UNESCO Masası ve tematik masalar kurumsallaşma süreçlerinden hem iş birliği kültürünün geliştirilmesi hem de birlikte iş birliği yapma kültürünü olumlu etkilemiştir. Kurumsallaşmanın önemi kalkınma dinamiklerine yaptığı kapsayıcılık ve sürekliliği sağlamasıdır. Bu noktada yerel kalkınma süreçleri UNESCO çalışmaları kapsamındaki etkilerinin de değerlendirilmesi gerekir.

Kastamonu %65 orman varlığı, üç milli parka, pek çok endemik türe ev sahipliği yapan ve 170 km sahili ile doğa turizminde rekabetçiliği yüksek bir şehirdir. Yapılan memnuniyet araştırmalarında (2021), ziyaretçilerin %84'ü ilk defa geldiğini belirtirken, %42,95 ile en rekabetçi unsurun doğa olduğunu ifade etmişlerdir (KUZKA, 2021c, s. 13) (KUZKA, 2021a, s. 11). Bununla birlikte, Kastamonu gastronomisine yönelik olarak yapılan memnuniyet araştırmasında (2021), katılımcıların %80'i menüde bulunan yerel yiyecek çeşitliliğini yeterli bulurken; doğallık, lezzet ve hijyen açısından katılımcıların %78,4'ünün yemeklere ilişkin genel memnuniyet düzeyi yüksektir (KUZKA, 2021b, s.

9). Kastamonu’da artan ziyaretçi sayılarının sadece beklenti düzeylerini arttırmakla kalmayıp beklentileri değiştireceği düşünülmektedir. Bu nedenle, gastronomi gibi hem temel bir ihtiyaç hem de turizm deneyiminde memnuniyet düzeyini doğrudan etkileyecek bir faktörün rekabetçiliğinin artırılması önem arz etmektedir. Kastamonu Gastronomi Eylem Planı hazırlanırken UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Başvuru Formu maddelerinden yararlanılarak 7 bölüm olarak kategorize edilmiştir. Her bölümle ilgili maddelerin ana ve detay faaliyetler, sorumlu kuruluşlar ve açıklamalar eylem planında yer almaktadır. Şekil 5’te eylem planının bir örneği sunulmuştur.

P3: Ürünlere Erişilebilirlik, Pazarlama & Tanıtım			
(İLGİLİ KRİTER) EYLEMLER	DETAY FAALİYETLER	İLGİLİ KURUM KURULUŞ(LAR)	AÇIKLAMA
(K15) Yöresel yemeklere yönelik etkin tanıtım, pazarlama faaliyetleri ve erişilebilir olmaları	<ul style="list-style-type: none"> * Tanıtımı yapılacak ve Kastamonu ile özdeşleşecek yöresel yemeklerin belirlenmesi * Öncelikli yöresel yemeklerin restoran menülerinde olması * Pazarlama stratejisinin geliştirilmesi * Türkiye Kültür Portalı “Geleneksel Mutfak” bölümüne ve Go Turkey Platformuna görseller gönderilmesi 	<ul style="list-style-type: none"> • Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü • Kastamonu Ticaret ve Sanayi Odası • Kastamonu Esnaf ve Sanatkarlar Odası • Slow Food Kastamonu 	<ul style="list-style-type: none"> *Kastamonu gastronomisi için tanıtım stratejisi oluşturulması *Portalda yer verilecek ürünlerin tespiti, ilgili görsellerin tespiti ve yayınlanması için gerekli çalışmaların yapılması
(K15) Yıldız Ürünlerin Bilinirliği (Sarımsak, Pastırma, Siyez vb.)	<ul style="list-style-type: none"> * Kastamonu yıldız ürünlerinin tespiti * İlgili ürünlerin ayırt edici özelliklerine ilişkin farkındalık oluşturmaya yönelik tanıtım çalışmaları * Türkiye Kültür Portalı “Geleneksel Mutfak” bölümüne ve Go Turkey Platformuna görseller gönderilmesi 	<ul style="list-style-type: none"> • Kastamonu Üniversitesi • Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü • Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı • Slow Food Kastamonu 	<ul style="list-style-type: none"> *Kastamonu gastronomisi için tanıtım stratejisini oluşturulması *Slow Food Ark of Taste’de yer almaları (En az 12 ürün) *Portalda yer verilecek ürünlerin tespiti, ilgili görsellerin tespiti ve yayınlanması için gerekli çalışmaların yapılması
(K15) Coğrafi İşaretili Ürünlere Yönelik Pazarlama Stratejisi ve Erişilebilirliğin Sağlanması	<ul style="list-style-type: none"> * Coğrafi işaretili ürünlere yönelik yerelde farkındalık çalışmaları * Ulusalda ayırt edici özelliklerini içerecek şekilde tanıtım faaliyetleri 	<ul style="list-style-type: none"> • Kastamonu Valiliği • Kastamonu İl Tarım ve Orman Müdürlüğü • Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı 	<ul style="list-style-type: none"> *Yerelde coğrafi işaretili ürünlere yönelik basında yazılar *Kadınlara, kamu kurumu çalışanlarına yönelik Kastamonu coğrafi işaretili ürünlerin özellikleri ve aslına uygun şekilde tercih edilmesi için tüketici davranışlarını yönlendirecek tanıtım ve kampanyalar *Coğrafi işaret tanıtım ve pazarlama stratejisi oluşturulması

Şekil 5. Kastamonu Gastronomi Eylem Planı Örneği

Kaynak: (Kastamonu Gastronomi Tematik Masası, 2021, s.13.)

Kastamonu Gastronomi Eylem Planı ve Yerel Kalkınma Süreci

2000'lerle giderek hızlanan küreselleşme süreci, pek çok aktörün ve alanın birbirleriyle çok daha hızlı etkileşim halinde olmasına yol açarken sürecin etki düzeyini ve boyutunu da artırmıştır. Birçok alanda avantajlar sağlayan bu durum, sorunların çözümünde aktörleri iş birliği içerisinde hareket etmeye yönlendirirken uluslararası kurumları da kalkınma süreçlerini desteklemeye, iş birliğini ve networkü artırmaya daha fazla teşvik etmektedir. Uluslararası kurumlar, şeffaflığın sağlanması, kurumsallaşmaya katkı, ortak değerler ve amaçlar üzerinden ilerleme, beşerî sermayenin güçlendirilmesine yönelik hibe ve çeşitli destek mekanizmaları ile yerel kalkınma özelinde pek çok aktörde davranış değişikliğini teşvik etmektedir.

37C/4 2014-2021 UNESCO Orta Vadeli Strateji Planı'nda (2014) da belirtildiği üzere, uluslararası alanda çok hızlı bir değişim ve bu değişimin beraberinde getirdiği belirsizlikler mevcuttur. Son 70 yılda dünya nüfusunun yaklaşık üçe katlanması, iklim değişikliğinin kalkınma süreçleri üzerindeki baskısı, nitelikli eğitime ulaşma, kültürel yaşama dahil olma gibi pek çok alandaki eşitsizlikler bu belirsizlikleri yaratan durumlardan bazılarıdır (UNESCO, 2014, s. 25). Tüm bu artan sorunların çözümünde kurumsallaşma ve iş birliğinin yanı sıra yaratıcılık önemli bir unsur haline gelmektedir. UNESCO, "insan kapasitesi olarak anlaşılan yaratıcılığı, sorunların çözümünde hayal gücünü ya da buluşları kullanan...eşsiz bir yenilenebilir kaynak" olarak tanımlamaktadır (UNESCO, 2013, s. 38).

UNESCO YŞA programı da kültür, yaratıcılık ve mekânsal düzlemlerin kesişimi ile yerel kalkınmaya katkı sunmayı amaçlamaktadır. Her bir yaratıcı alanı, farklı kültürlerin nasıl yorumladığı ki burada kastedilen hiyerarşik ya da olumsuz bir konumlanmadan ziyade her bir kültürün belli bir alanda çevresiyle olan ilişkilerini yorumlarken gösterdikleri yaratıcılık düzeyleridir. Bu durum aynı zamanda Ağ'a dahil olan şehirleri bir araya getirerek farklı iyi uygulamaları görmelerini, iş birliğini teşvik etmeyi, kültürel değerlerini yaşatmayı ve korumayı amaçlar.

Başlangıçta daha sınırlı bir alan içerisindeki kültür, özgünlük ve yaratıcılık, Ağ'a dahil olunursa şehrin ya da kültürel/doğal varlığın etkileşimini artırarak uluslararası alanda da tanınırlığının artmasına katkı sağlar. Turizm gibi kitlelerin hareket halinde olduğu sektörlerde, farklı kültürleri merak eden turistler için eşsiz bir deneyim fırsatı sunar. Kültürün, otantikliğini, yaşamla iç içeliğini sürdürdüğü ve yaratıcılıkla birleştiği ölçüde hem daha rekabetçi olacağı hem de özgünlüğünü koruyacağı beklenmektedir. Özellikle benzer trendlerin etkisi altında olan mekanlar yerine, turistler için kendi özgün değerlerini koruyarak standardizasyon sağlayan şehirlerin turizm hareketliliğinden olumlu şekilde etkileneceği öngörülmektedir. Gittiği her yerde benzer aktivitelerde bulunan, benzer mekanlara, hediyelik ürünlere, sunum ve lezzetlere maruz kalan ziyaretçiler için yaratıcılık ve kültürel özgünlüğü temel alan bir kalkınma programı şehirlerin kendilerine uygun olduğunu düşündükleri temalarda rekabetçiliğini artırmaya yönelik çalışmaları hızlandıracağı beklenmektedir. Bu bağlamda, yedi yaratıcı temadan birinde başvuru yapacak olan şehir, kültürel değerleri ile evrensel nasıl katkı yapacağını ortaya koyar. UNESCO YŞA gibi uluslararası ağlara dahil olmak için yapılan çalışmalar aktörleri mevcut durumlarını tarafsız bir şekilde değerlendirmeye,

eksikliklerini tespit etmeye, mobilizasyona ve farklı aktörlerle etkileşime yönlendirdiği için kalkınma süreçleri üzerinde olumlu etki yaratır.

Temalarla ilgili kültürün yaşam içerisindeki etkinliği ve bu kültürün refahı nasıl etkilediği önem arz eder. Bu doğrultuda, UNESCO YŞA Misyona Beyan'ında (2017) altı amaç üzerinde durulmaktadır. İlki, "Sürdürülebilir kalkınmanın stratejik bir faktörü olarak yaratıcılığı tanıyan şehirler arasında uluslararası iş birliğini güçlendirmek" (UNESCO, 2017) olarak tanımlanırken; UNESCO YŞA Başvuru Formu'nda ise 10. Başlık altında 4., 16. ve 18. Maddeler, çeşitli uluslararası iş birliği ve girişimleri, seminer ve etkinlikleri destekleyici niteliktedir (UNESCO, 2021, s. 6-8). Misyonda ve başvuru forumunda belirtildiği üzere iş birliklerini ve networkü güçlendirmeyi ve iyi uygulama örneklerini tanımayı esas alan ifadeler, kitlelerin mobilizasyonunu sağlamaya, farklı aktörleri ve farklı kültürleri birbirlerine tanıtmaya, asimetric bilgiyi azaltmaya yöneliktir. Bu doğrultuda, Kastamonu Gastronomi Eylem Planı'nda yer alan faaliyetler özellikle kültür turizmini tetikleyip kitleleri bir araya getirmeyi amaçlamaktadır. Şehir, bir sivil toplum girişimi olan gastronomi festivalini-Kastrofest'i 2019 yılında hayata geçirmiştir. Salgın nedeniyle ara verilmiş olan festivalin 2022 yılından itibaren yeniden yapılması planlanmaktadır. Bununla birlikte, uluslararası bir sivil toplum inisiyatifi olan ve temiz, adil gıda mottosuyla öne çıkan Slow Food hareketine Kastamonu'da bir Slow Food topluluğu ile dahil olmuştur. Hem iklim değişikliği hem biyoçeşitliliğin giderek azalması hem de artan çevre kirliliği sürdürülebilir kalkınma için önleyici faaliyetleri birer tercih değil zorunluluk haline getirmektedir. Bu sorunların azaltılmasına yönelik bireysel davranış değişikliklerine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu değişimi yaratabilecek en önemli etken, farkındalığın, bilgi ve deneyim paylaşımının artması olduğundan düzenlenecek sempozyum, seminer, uluslararası iş birliği ve girişimler yerel ve sürdürülebilir kalkınmaya katkı sunacaktır.

Ayrıca 2030 Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları doğrultusunda "Amaç 17- Amaçlar İçin Ortaklıklar" ve alt başlıkları da benzer iş birliği ve ortaklıkları destekler niteliktedir:

17.9. Kuzey-Güney, Güney-Güney ve üçlü iş birliği aracılığıyla tüm Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinin uygulanabilmesi adına ulusal planları desteklemek amacıyla gelişmekte olan ülkelerdeki etkili ve hedeflenen kapasite geliştirme uygulamaları için uluslararası destek sağlanması (UNDP Türkiye, n.d.(a))

17.16. Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine özellikle gelişmekte olan ülkeler olmak üzere bütün ülkelerde ulaşılmasının desteklenmesi için bilgi, uzmanlık, teknoloji ve finansal kaynakları seferber eden ve paylaşan çok paydaşlı ortaklıklar tarafından tamamlanan Sürdürülebilir Kalkınma için Küresel Ortaklıkların çoğaltılması (UNDP Türkiye, n.d.(a))

İş birliklerini güçlendirmek sürdürülebilir kalkınma hedeflerini desteklerken farklı katmanlardaki aktörlerin diyalog kurmasını sağlar. İş birlikleri dayanışma ve bilgi paylaşımını artırırken kültürel farkındalıklar kitlelerin hareketliliğini olumlu etkilemektedir. Kastamonu bu süreçte doğrudan uluslararası etkileşimi henüz

sağlamamış olmakla birlikte, Ağ'a dahil olan Gaziantep ve Afyonkarahisar ile deneyim paylaşımında bulunmuştur.

Bir diğer amaçta, şehirde ilgili tüm aktörlerin bir araya gelerek iş birliği ve dayanışma ortamını kurmasını da desteklemektedir. UNESCO Misyon Beyan'ındaki ifadede de benzer amaçlar hedeflenmektedir:

Özellikle kamu ve özel sektör ile sivil toplum kuruluşlarını içeren ortaklıklar yoluyla kentsel gelişmenin üye şehirler tarafından yaratıcılığın temel bir bileşeni haline getirilmesi için yürütülen girişimleri teşvik etmek ve geliştirmek (UNESCO, 2017).

Benzer şekilde, 2030 Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları doğrultusunda "Amaç 17- Amaçlar İçin Ortaklıklar" ve alt başlığı "17.17. Ortaklıkların deneyim ve kaynak sağlama stratejileri paydasına dayanan kamu, kamu-özel ve sivil toplum ortaklıklarının teşvik edilmesi ve desteklenmesi" olarak yer alır (UNDP Türkiye, n.d.(a)).

UNESCO YŞA Başvuru Formu'nda 10. başlık altındaki 3., 12. ve 13. maddeler dezavantajlı ve kırılgan gruplara, farklı paydaşların iş birliğine ve sivil toplumun etkinliğine yöneliktir (UNESCO, 2021, s. 6-7). Hem misyon belgesinde hem başvuru formu ve sürdürülebilir kalkınma amaçları arasında şehirde farklı aktörlerin iş birliği içerisinde hareket etmesine önem verilmektedir. Kastamonu turizm eylem planı kapsamında pek çok aktör birlikte iş yapmakta ve projelerle bu kültürü geliştirmektedir. Eylem Planı'nda özellikle sivil toplumu ve kadınların aktif rol aldığı alanları güçlendirmeye yönelik pek çok faaliyet bulunmaktadır. Özellikle girişimcilik kültürünün oluşturulması ve geliştirilmesine yönelik çalışmalar desteklenmektedir. Kastamonu gastronomisinde kadınlar aktif bir şekilde rol almaktadır. Kastamonu'da tarım ve hayvancılık geçim kaynakları içinde önemli yer tutmakta ve yöresel pazarlara ürününü satmaya getirenlerin çoğunluğunu kadınlar oluşturmaktadır. Benzer şekilde, kadın kooperatifleri ilgili alanda aktif şekilde faaliyet yürütmekte, Slow Food Kastamonu'da da kadınlar önemli rol oynamaktadır. Bununla birlikte, kamu-özel sektör, üniversite-özel sektör, kamu-üniversite iş birliği şehirde oldukça yaygındır. Pek çok farklı kurumdan temsilcisi olan ve coğrafi işaretli ürünlere yönelik çalışan komisyon örnek olarak verilebilir. Taşköprü sarımsağı, siyez buğdayı, pastırma gibi coğrafi işaretli ürünleriyle öne çıkan şehirde komisyonun kurulması ile patentli ürün sayısı hızla artmıştır.

UNESCO Misyon Beyanı'nın üçüncü amacı "kültürel faaliyetlerin, malların ve hizmetlerin yaratılmasını, üretilmesini, dağıtılmasını ve yayılmasını güçlendirmek"tir (UNESCO, 2017). İlgili amaca yönelik UNESCO YŞA Başvuru Formu'nda 10. başlık altındaki 4., 5., 6. ve 7. maddeler eğitim kurumlarının, seminerlerin, konferans ve benzer destekleyici faaliyetlerin olup olmadığına yöneliktir (UNESCO, 2021, s. 6). Hayat boyu öğrenme, resmi ya da kurs olarak verilen eğitimler hem ilgiyi korumayı sağlarken hem de profesyonel olarak meslek edindirilmesine katkı sunar. Nitelikli insan kaynağı yetiştirmek ve süreklilik sağlamak (beşerî sermayenin bölgede kalması ya da sahip olunan imkanlarla beşerî sermayenin bölgeye çekilmesi) hem şehrin hem de çevre illerin kalkınmasını destekler. Bu kapsamda, gastronomi eylem planında farklı hedef

gruplarına yönelik etkinlikler, yarışmalar, eğitim faaliyetleri, workshoplar planlanmıştır. Ayrıca gastronomiye ilişkin şehirde pek çok aktif eğitim alanı yer almaktadır.

UNESCO Misyon Beyanı dördüncü amacı, “Kültür sektöründeki profesyoneller ve yaratıcılar için fırsatları genişletmek ve inovasyon ve yenilik merkezleri geliştirmek”tir (UNESCO, 2017). UNESCO YŞA Başvuru Formu’nda 10. başlık altında yer alan 8.,9. ve 10. maddeler şehirdeki araştırma merkezleri, ihtisas kurumları, uygulama alanları gibi tesislerin varlığına yöneliktir (UNESCO, 2021, s. 6-7). Yaratıcı tema, şehirdeki mekânsal yayılımı, yerelin yaşamında ilgili temanın ne kadar yer kapladığını, nitelikli beşerî sermaye yetiştirmek için mekanların yaygınlığını ve söz konusu mekanların aktifliğini gösterir. Şehir merkezinde Kastamonu Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Kastamonu Belediyesi’nin tarihi Acemhanı’nı bir gastronomi merkezine dönüştürme projesi, Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı’nda Gücüm Emeğim Platformu, şehir merkezinde üniversitenin sahibi olduğu Yücebiyıklar Konağı, Kastamonu Halk Eğitim Merkezi ve Akşam Sanat Okulları gibi farklı uzmanlık kurumları, platformları ve programları bulunur. Bu kurumlar gastronomi özelinde pek çok eğitim ve farkındalık çalışması yürütmektedir. Ayrıca mekanların tamamı şehir merkezinde ve kolayca erişilebilir noktalardadır.

UNESCO Misyon Beyanı amaçlarından beşincisi “Özellikle marjinal veya savunmasız gruplar ve bireyler için kültürel mal ve hizmetlerden yararlanmanın yanı sıra kültürel yaşama erişimi ve katılımı iyileştirmek” olarak ifade edilmiştir (UNESCO, 2017). İlgili amaca ilişkin UNESCO YŞA Başvuru Formu’nda yer alan 10. başlık altındaki 11.madde özellikle dezavantajlı ve farklı toplumsal grupların ilgili temada ne kadar aktif rol aldıklarına yöneliktir (UNESCO, 2021, s. 7). Herhangi bir yaratıcı faaliyetin mümkün olduğu kadar toplumun tüm kesimlerini kapsaması ve yaşamlarına olumlu etki yapması beklenir. Kastamonu Gastronomi Eylem Planı’nda çocuklara ve gençlere yönelik gastronomiye olan ilgiyi yoğunlaştıracak ve şehrin bir geleneği haline getirecek pek çok faaliyet bulunmaktadır. Benzer şekilde yaşlılara yönelik nesiller arası geleneklerin aktarılması amacıyla etkinliklerin düzenlenmesi planlanmıştır. Şehirdeki yabancı uyruklu öğrencilerin kendi mutfaklarını tanımayı öne çıkaran gastronomi faaliyetleri düzenlenerek farklı kültürlerin gastronomi lezzetlerini deneyimleme ve kültürleri tanıma imkânı olacaktır.

UNESCO Misyon Beyanı amaçlarından altıncısı “Kültür ve yaratıcılığı yerel kalkınma stratejilerine ve planlarına tam olarak entegre etmek” (UNESCO, 2017) iken; benzer şekilde 2030 Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları doğrultusunda “Amaç-11 Sürdürülebilir Şehirler ve Topluluklar” yaratmayı amaçlamaktadır:

11.a. Ulusal ve bölgesel kalkınma planlamasını güçlendirerek kentsel, kent çevresindeki ve kırsal alanlar arasındaki olumlu ekonomik, sosyal ve çevresel bağlantıların desteklenmesi (UNDP Türkiye, n.d.(b))

UNESCO YŞA Başvuru Formu’nda 10. Başlık altındaki 14., 15., 16. ve 17. maddeler ilgili temayı geliştirmek üzere alınan önlemler, tedbirler ve programları kapsamaktadır (UNESCO, 2021, s. 7). Bu maddelere yönelik olarak eylem planında çeşitli faaliyetler

bulunmaktadır. Özellikle hizmet sektörünün geliştirilmesi, iyileştirilmesi, ürün standardizasyonunun sağlanması ve kalitesinin artırılması, ürünlere erişilebilirlik, pazarlama ve tanıtım, sektörel entegrasyon, ürün çeşitliliğinin sağlanması gibi pek çok konuda hem kreatörleri desteklemek hem de gastronomi alanına yönelik iyileştirmeler yapılması hedeflenmektedir. Tüm bu faaliyetler atomize halde, dağınık ve parçalı yapıdaki aktörlerin bütüncül, sağlıklı bir ekosistem oluşturmasına katkı sunar. İlgili faaliyetler özellikle sürdürülebilir kalkınmaya yönelik olarak sıfır atık, kaynak verimliliği, iyi tarıma yönelik farkındalık oluşturmayı hedeflerken, eğitimler hizmet sektörünün rekabetçiliğini artırmayı amaçlamaktadır.

Sonuç

Küreselleşme süreci pek çok sektör ve aktörü birbiriyle etkileşim halinde olmaya yönlendirmektedir. Özellikle artan rekabet baskısı hem standartları yükseltirken hem de bu standartları korumayı zorunlu kılmaktadır. Turizm sektörü ve destinasyon yönetimine ilişkin de benzer koşullar geçerlidir. Son 15 yılda uluslararası kurumların programlarına yapılan başvurular göz önünde bulundurulduğunda, şehirler marka değerini artıran, belirli standartlara sahip olmaya ve onları korumaya yönlendiren uluslararası programların bir parçası haline gelmeye daha fazla gönüllü oldukları görülmektedir.

Türkiye’de UNESCO Miras Listeleri ve Programları ve özellikle de Yaratıcı Şehirler Ağı, şehirlerin başvuru hazırlıklarının devam ettiği önde gelen programlardan biridir. Sürdürülebilir kalkınma amaçlarını ve yerel kalkınmayı da ön planda tutan program, kurumsallaşma ve iş birliği kültürünü geliştirmeyi desteklerken yaratıcılığı programın merkezine almaktadır. Kastamonu da UNESCO çalışmalarını kurumsallaşma ve iş birliği üzerine kurmuştur. Farklı kurumların temsilcilerinin yer aldığı Kastamonu UNESCO Masası ve tematik masalar pek çok alanda farkındalık yaratıp network sağlamaktadır. Sorunların birden fazla aktörün dahiliyle çözülebilmesi, kapsayıcı olması, yerel kalkınmaya harekete geçirebilmesi için iş birliği ve birlikte iş yapma kültürünün gelişmesine duyulan ihtiyaç, bu ve benzeri kurumsallaşma çalışmalarında öne çıkmaktadır. Öte yandan, UNESCO Masası ve tematik masalar ile kurumsallaşan çalışmalar üç farklı alanda devam etmektedir. Kasaba Köyü Mahmut Bey Camisi’nin de yer aldığı Anadolu’daki Ahşap Tavanlı ve Ahşap Direkli Camiler seri başvurusuyla Dünya Miras Listesi’nde yer alması için, Kastamonu’da 11 ilçeyi kapsayan Kastamonu Güney Karadeniz Jeoparkı projesi UNESCO Küresel Jeoparkları adaylığı için, Yaratıcı Şehirler Ağı gastronomi şehri olmak için hazırlıkları devam etmektedir.

Yerel kalkınma açısından değerlendirildiğinde ise YŞA, yaratıcılığı merkezine alan ve kültür üzerinden özgünlüğü koruyarak şehirlerin ilgili tema alanında çalışmalarını teşvik eder. YŞA başvuru formu incelendiğinde pek çok farklı başlık altında bir ekosistemi destekleyecek faaliyetlerin, tedbirlerin, prensiplerin ve önlemlerin olduğu görülmektedir. Kastamonu, Gastronomi Eylem Planı ile bu doğrultuda çalışmalar yürütmektedir.

Kaynakça

- Barley, S., & Tolbert, P. (1997). Institutionalization and Structuration: Studying the Links between Action and Institution. *Organization Studies*, 18(1), 93-117.
- Forleo, M. B., & Benedetto, G. (2020). Creative Cities of Gastronomy: towards relationship between city and countryside. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 22, 1-18.
- Kastamonu UNESCO Masası. (2021). *Kastamonu Gastronomi Eylem Planı (2021-2023)*. Kastamonu.
- KUZKA. (2021a). *Kastamonu Destinasyon Beklenti ve Memnuniyet Araştırması*. Ankara.
- KUZKA. (2021b). *Kastamonu Yeme-İçme Tesisleri Beklenti ve Memnuniyet Araştırması*. Ankara.
- KUZKA. (2021c). *Kastamonu Kanyonlar Bölgesi Beklenti ve Memnuniyet Araştırması*. Ankara.
- Nişancı, Z., Oğrak, A., Kaya, A., Özçelik, S., & Düzgün, H. (2015). Kurumsallaşma, Kurumsal Kuram ve Kurumsal Yönetim: Kavramlar Arası Farklılıklar ve Biçimselleşme. *Turgut Özal Uluslararası Ekonomi ve Siyaset Kongresi - III*, (s. 174-187). Malatya.
- UNDP Türkiye. (n.d.(a)). *Sürdürülebilir Kalkınma İçin Küresel Amaçlar*. Eylül 22, 2021 tarihinde <https://www.kureselamaclar.org/amaclar/amaclar-icin-ortakliklar/> adresinden alındı
- UNDP Türkiye. (n.d.(b)). Eylül 22, 2021 tarihinde *Sürdürülebilir Şehirler ve Topluluklar*: <https://www.kureselamaclar.org/amaclar/surdurulebilir-sehirler-ve-topluluklar/> adresinden alındı
- UNESCO. (2013). *37 C/4 Draft Medium-Term Strategy 2014-2021*. 10 2021, 11 tarihinde <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000220031> adresinden alındı
- UNESCO. (2014). *37C/4 Medium-Term Strategy 2014-2021*. 10 2021, 07 tarihinde <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000227860> adresinden alındı
- UNESCO. (2017). *Mission Statement*. 09 22, 2021 tarihinde Creative Cities Network Management Documents: https://en.unesco.org/creative-cities/sites/default/files/uccn_mission_statement_en.pdf adresinden alındı
- UNESCO. (2018a). *UNESCO Millî Komisyonlar Tüzüğü*. 10 10, 2021 tarihinde UNESCO Türkiye Milli Komisyonu: <https://www.unesco.org.tr/Pages/98/151/UNESCO-Mill%C3%AE-Komisyonlar-T%C3%BCz%C3%BC%C4%9F%C3%BC> adresinden alındı
- UNESCO. (2018b). *UNESCO Tarihi*. 10 07, 2021 tarihinde UNESCO Türkiye Millî Komisyonu: <https://www.unesco.org.tr/Pages/99/2> adresinden alındı
- UNESCO. (2021). *2021 Application Form*. Eylül 21, 2021 tarihinde Creative Cities Network Call For Application: <https://en.unesco.org/creative-cities/content/call-applications> adresinden alındı
- UNESCO Türkiye Milli Komisyonu. (2021). <https://www.unesco.org.tr/> adresinden alındı
- UNWTO. (2020). *International Tourism Highlights, 2020 Edition*. UNWTO eLibrary: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422456> adresinden alındı

Coğrafi İşaretli Bir Ürün Olarak Bolu Kızılıcık Tarhanası

Arş. Gör. Ayşe Nur USLU
Karabük Üniversitesi
Safranbolu Turizm Fakültesi
aysenuruslu@karabuk.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-3082-943X>

Arş. Gör. İbrahim YILMAZ
Karabük Üniversitesi
Safranbolu Turizm Fakültesi
ibrahimyilmaz@karabuk.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-3498-1439>

DOI: <https://doi.org/10.37847/tdtad.1088910>

Makale Türü: Derleme

Makale Gönderim Tarihi: 16.03.2022

Makale Kabul Tarihi: 10.05.2022

Özet

Amaç: Yapılan bu literatür araştırmasında, çeşitli kaynaklar derlenerek Bolu iline ait coğrafi işarete sahip bir ürün olan Bolu Kızılıcık Tarhanası hakkında bilgi verilmesi amaçlanmıştır.

Yöntem: Bu çalışmada literatür taraması yöntemi kullanılmıştır.

Bulgular: Anadolu'ya özgü, fermente bir gıda olan tarhana, çeşitli yörelerde kış hazırlığı olarak yöre halkı tarafından yapılmaktadır. Yapılışında yörelerde bulunan farklı ürünlerin kullanılması ve çeşitli üretim metotlarının uygulanması sayesinde ürün çeşitliliği sağlanmaktadır. Tarhana gibi toplum içerisinde belirli bir üne sahip olan yöresel ürünlerin; pazarlama olanaklarının artması, korunması gibi sebeplerden ötürü bu ürünlerin coğrafi işaret alması önem arz etmektedir. Ülkemizde coğrafi işarete sahip olan tarhanalar; Muğla Göce Tarhanası (mahreç işareti), Uşak Tarhanası (Menşe adı), Maraş Tarhanası (mahreç işareti), Kütahya Kızılıcık Tarhanası (mahreç işareti), Bolu Kızılıcık Tarhanası (mahreç işareti)'dir. Bolu Kızılıcık Tarhanası, üretiminde kızılıcık meyvesinin kullanılması, yüksek oranda antioksidan içermesi nedeniyle birçok tarhana çeşidinden ayrılmaktadır. Kızılıcık tarhanasının unla hazırlanmış formu Anadolu'da bağırsak ve mide bozukluklarında şifalı bir gıda olarak, kızılıcık göçesi diye adlandırılan formu ise sütle pişirildikten sonra yeni doğum yapan kadınlar tarafından tüketilmektedir.

Sonuç: Bolu Kızılıcık Tarhanasının Türkiye çapında tanınırlığının artırılması ile ev ortamında küçük ölçekte üretilen Kızılıcık Tarhanasının işletmelerde üretiminin yaygınlaştırılması ve bu sayede ülke çapında ve dünya çapında bilinirliğinin ve pazarlamasının artırılması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi işaret, yöresel ürün, Bolu Kızılıcık Tarhanası

Bu çalışma, 19-20 Haziran 2021 tarihleri arasında düzenlenen Gaziantep'te Düzenlenen GANUD 2. Uluslararası Gastronomi, Beslenme ve Diyetetik Kongresi'nde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

Bolu Cranberry Tarhana as a Geographical Indicated Product

Abstract

Aim: In this literature research, it is aimed to give information about Bolu Cranberry Tarhana, which is a product with geographical indication belonging to Bolu province by compiling various sources.

Method: In this study, literature review method was used.

Results: Tarhana, a fermented food unique to Anatolia, is made by local people as a winter preparation in various regions. Thanks to the use of different products in the region and the application of various production methods, product diversity is provided. Local products such as Tarhana, which have a certain reputation in the society; It is important for these products to

receive geographical indications for reasons such as increasing marketing opportunities and protecting them. Tarhanas with geographical indication in our country are; Muğla Göce Tarhana (sign of origin), Uşak Tarhana (name of origin), Maraş Tarhana (sign of origin), Kütahya Cranberry Tarhana (sign of origin), Bolu Cranberry Tarhana (mark of origin). Bolu Cranberry Tarhana is distinguished from many tarhana varieties because of the use of cranberry fruit which has high antioxidant content in the production. The form of cranberry tarhana prepared with flour is consumed in Anatolia as a healing food in intestinal and stomach disorders, and the form called cranberry migration is consumed by women who have just given birth after it is cooked with milk.

Conclusion: By increasing the recognition of Bolu Cranberry Tarhana throughout Turkey, it is aimed to expand the production of Cranberry Tarhana, which is produced in small scale at home, in enterprises, and thus to increase its awareness and marketing throughout the country and the world.

Key words: Geographical indication, Bolu Cranberry Tarhana.

Giriş

Tarihi kaynaklar incelendiğinde tarhananın ilk olarak Orta Asya'ya yerleşmiş Türkler tarafından yapıldığı, sonrasında ise Türkler tarafından Anadolu, Ortadoğu, Balkanlar ve bazı Avrupa ülkelerine götürüldüğü görülmektedir (Dağlıoğlu, 2002). Tarhana Anadolu'nun farklı bölgelerinde yaşayan insanlar tarafından kış hazırlığı amacıyla ve bölgeden bölgeye farklı yöntemlerle yapılmaktadır (Başar vd., 2019). Uzun süre saklanabilmesi, yüksek besin değerine sahip olması ve doğal bir gıda olması sebebiyle tarhana, Anadolu'da en çok tüketilen gıdalar içerisinde yer almaktadır (Yıldırım ve Felek, 2014).

Tarhana, Dünya'nın farklı bölgelerinde değişik şekilde adlandırılmaktadır. Mısır, Suriye ve Lübnan'da "kishk"; İskoçya'da "atole", Yunanistan'da "trahana"; Irak'ta "kushuk; Finlandiya ve Macaristan'da "tahonyaltalkuna" şeklinde isimlendirilmiştir (Sormaz vd., 2019).

Tarhana geleneksel yöntemlerle üretilen, Türkiye'ye has fermente bir üründür (Başar vd., 2019). Buğday ürünleri, süt ürünleri, yöredeki farklı sebze ve baharatların karıştırılması, ardından kurutulup öğütülmesi sonucunda elde edilen toz şeklindeki gıda maddesidir. Genellikle çorba yapılarak tüketilmektedir. Tarhananın yapımında, çeşitli aroma verici otların kullanılması da önemlidir. Bölgelerdeki farklı hammaddelerin ve çeşitli üretim metotlarının kullanılması sonucu ürün çeşitliliği artmaktadır. Bazı yörelerde plaka şeklinde veya topak halinde kurutulularak çerez şeklinde tüketilmektedir (Erbaş, 2003; Yönel vd., 2018).

Tarhana üretiminde yoğurt kullanılması ve yoğurdun bileşiminde bulunan *Lactobacillus bulgaricus* ve *Streptococcus thermophilus* bakterilerinin etkisiyle laktik asit fermantasyonu gerçekleşmektedir. Bazı üretim türlerinde ise ekmek mayası (*Saccharomyces cerevisiae*) kullanılmaktadır. Hem yoğurdun içerisinde bulunan hem de ekmek mayasını oluşturan bakteriler tarhana üretiminde laktik asit, karbondioksit, alkol vb. fermantasyon ürünleri oluşturarak tarhanaya özgü ekşi tat ve aromayı ortaya çıkarmaktadır. Tarhananın içerisinde bulunan karbonhidrat, yağ ve proteinler fermantasyon sürecinde parçalanırlar. Bu süreç sonucunda sindirilebilirliği yüksek bir

gıda maddesi ortaya çıkmış olur (Dağlıoğlu vd. 2002; Tarakçı vd. 2004; Özdemir vd. 2007)

Tarhana hem hayvansal hem de bitkisel kökenli besin maddelerini içerdiği için besleyici bir gıdadır (Sormaz vd., 2019). Yüksek protein ve vitamin, içeriğine sahip olan tarhana, kalsiyum, demir, çinko ve diğer bazı mineraller (Tablo 1) açısından da iyi bir kaynaktır (Yıldırım ve Felek, 2014). Tarhana yüksek protein değerine sahip olduğu ve kolay sindirildiği için başta bebekler olmak üzere, yeme zorluğu çeken kişiler, okul çağındaki çocuklar gibi fazla miktarda proteine gereksinim duyan kişiler için yararlı bir gıdadır. Genellikle çocukların ve yaşlıların beslenmesinde önemli bir yere sahip olan tarhana, içerdiği probiyotik bakteriler sayesinde bağışıklığı güçlendirmektedir. Bunun yanında tarhananın bağırsak florasını düzenlediğine ilişkin çalışmalar bulunmaktadır. (Pirkul, 1988; Yıldırım ve Felek, 2014).

Tablo 1. Tarhananın bazı mineral ve vitamin içerikleri (Dağlıoğlu, 2002)

Mineral -Vitamin	Min. (mg/100 g)	Max. (mg/100 g)	Ortalama (mg/100 g)
Sodyum	296	1130	634
Manganez	211	1182	612
Bakır	147	807	450
Potasyum	60	182	114
Kalsiyum	59	191	109
Magnezyum	30	134	78
Demir	2.1	5.9	3.6
Çinko	0.8	3.2	1.8
Vitamin B1	-	-	0.01
Vitamin B2	-	-	0.08

İçerisinde bulunan probiyotik bakteriler sayesinde bağışıklık sistemini güçlendiren tarhana aynı zamanda üretiminde kullanılan domatesin içeriğindeki likopen pigmenti nedeniyle antioksidan etki göstermektedir. Lif içeriği nedeniyle de bağırsak sistemini düzenlemesinin yanında kilo kontrolünü de sağlayan tarhananın; göz hastalıklarına, kansere, kalp ve deri hastalıklarına karşı iyileştirici etkisi de bulunmaktadır. Bunun yanı sıra tarhana düşük glisemik indeksli bir gıda olduğu için diyabet ve kolesterol hastalarının beslenmeleri açısından uygun bir gıdadır (Yıldırım ve Güzeler, 2016).

Türkiye’de Üretilen Tarhana Çeşitleri

Türkiye’de üretilen tarhanaların isimleri, hangi yörede üretildiği, üretiminde hangi malzemelerin kullanıldığı ve tüketim şekline dair bilgileri içeren bilgiler Tablo 2’de verilmektedir.

Tablo 2. Türkiye’de üretimi yapılan tarhana çeşitleri (Coşkun, 2014; Çekal ve Aslan, 2017).

Üretildiği Bölge	Tarhananın İsmi	Kullanılan Hammaddeler	Tüketilme Şekli
Kütahya	Ak Tarhana	Maya, domates yoğurt, kırmızıbiber, un, soğan, acı biber, tuz, nane.	Tavada eritilen tereyağı içerisine kıyma eklenip kavrulur. Çorba hazırlandıktan sonra üzerine gezdirilir ve tüketilir.
Isparta	Top Tarhana	Tuz, su, yoğurt, dereotu, nane, maydanoz, dövülmüş buğday	Takribi 10 saat önce ılık suya konulan tarhana, haşlanmış nohut ve börülce ile bir taşım kadar kaynatılır. Daha sonra bu çorbaya kızdırılmış yağ ve salça eklenerek sunuma hazır hâle getirilir.
Trakya Yöresi	Kıymalı Tarhana	Yoğurt, yaş ekmek mayası Salçalık kırmızıbiber, domates, süt, kıyma, tuz, peynir, kuru soğan, un, az miktarda geçmiş yıldan yapılmış tarhana	Islatılan tarhana salça ve kıyma ile karıştırılarak pişirilir. Kış mevsiminde yanında turşu ile tüketilir.
Marmara Bölgesi	Göçmen Tarhanası	Ekmek mayası, yoğurt, buğday unu, domates, yeşilbiber, salça, lor peyniri, çeşitli baharatlar, tuz ve yumurta.	Tarhana suda eritilir. Daha sonra yağ eklenmeden kaynatılır. Çorba şekline geldikten sonra üzerine süt ve peynir eklenip tüketilir.
Kastamonu, Kütahya, Bolu, Bursa, Zonguldak	Kızılıcak/Kiren Tarhanası	Kızılıcak, arpa göcesi veya buğday unu, tuz.	Tereyağı, sarımsak, Soğan ve çeşitli baharatlar ile çorba şeklinde tüketilir.
Ege Bölgesi	Ege/Un Tarhanası	Aroma verici otlar, yoğurt, un, domates, soğan ve biber.	Yaz mevsiminde hazırlanıp çorba olarak tüketilir.
Ankara, K. Maraş, Muğla, Aydın	Göce Tarhanası	Buğday yarması, buğday kırması, yoğurt, su, tuz, torba yoğurdu/süzme ve ayran.	Yaklaşık 1 ya da 2 saat suda bekletilip, ardından pişirilmek suretiyle tüketilir.
Maraş	Şalgamlı Tarhana	Haşlanmış nohut, şalgam Maraş tarhanası,	Maraş tarhanası pişirilirken, şalgamlar soyulur, doğranır. Ardından haşlanıp çorbanın içerisine atılır. Haşlanmış nohut ilave edildikten sonra kaynayana kadar pişirilir. Sarımsak, pul biber, nane, zeytinyağı ile sos yapıp bu şekilde tüketilir.

Kırklareli, Edirne, Tekirdağ	Trakya Tarhanası	Yoğurt, kırmızı tarhanalık biber, soğan, domates, salça, un, buy otu tohumu, ekşi hamur, tuz, baharatlar, et suyu, tereyağı, peynir, dereotu, nane, karabiber,	Yaz aylarında hazırlanıp kaplara doldurulur. Çorba şeklinde tüketilir. Piştikten sonra tereyağı eritilip üzerine gezdirilir.
Gediz	Gediz Tarhanası	Daha önce yapılmış olan tarhanadan alınan ekşi maya un, yoğurt soğan, nane, kırmızıbiber ve tuz,	Tarhana ince toz hâlinde olup kış mevsiminde çorba şeklinde tüketilmektedir.
Kastamonu, Eskişehir, Çankırı	Kastamonu Yaş Tarhana	Buğday unu, yoğurt, domates, doğranmamış salatalık, doğranmamış ayva, sarımsak, kırmızıbiber, yeşilbiber, soğan, dereotu tohumu, maydanoz, dereotu, fesleğen ve çeşitli baharatlar.	Yazın hazırlanır. Kaplara doldurulur. Çorbası yapılır. Karabiberi yoğun olarak tüketilmektedir.
Maraş	Maraş Tarhanası	Yoğurt, kekik, buğday yarması, çörekotu, su ve tuz.	Kuru, yarı kuru ve tam kurumuş halde çerez gibi ya da çorba olarak, sıcak et suyu ya da kelle suyuna bandırılarak, ıslatılıp yağda soğanla kavrulularak, yağda veya fırında kızartılarak, mangalda veya sıcak saç üzerinde gevretilerek çeşitli şekillerde tüketilmektedir.
Konya	Beyşehir Tarhanası	Süzme yoğurttan elde edilen ayran, göce, tereyağı, süt ve su.	Taze ya da çorba olarak tüketilmektedir. Ayrıca kavrulularak ceviz içi eklenerek çerez şeklinde de tüketilebilmektedir.
Karaman	Et Tarhanası	Köftelik ince bulgur, kıyma, patates, baharat, salça, tuz, su	İzgarada ya da kızgın saç üzerinde pişirilerek, ayran ile tüketilmektedir.
Sivas	Sivas Tarhanası	Kırmızı salçalık biber, domates, yeşilbiber soğan, maydanoz, yoğurt, nane, baharatlar/isteğe göre reyhan, havuç, kimyon, dereotu, yumurta, nohut, yağ ve maya, ayva elma, armut,	Nohut ve kuru tarhana bir gün önceden ıslatılır. Çorba pişirildikten sonra üzerine tereyağı kızdırılmış nane eklenip tüketilir.
Kastamonu (İnebolu)	Pancarlı Tarhana	Ak tarhana, pancar	Doğranıp haşlanan pancar ak tarhana ile pişirilir.

Malatya	Tatlı Tarhana	Düğür, gendüme veya döğme ufağı, ve üzüm şırası.	Taze iken tuzsuz tereyağı ve dövülmüş ceviz ile tüketilmektedir. Kış mevsiminde parça olarak kurutulular sıcak su ile yumuşatılıp kaynatılarak tüketilmektedir.
Çanakkale (Gelibolu)	Süt Tarhanası	Buğday yarması, süt, tuz, karabiber	Bölgede fırın mantısı, sarma ve dolmalarda veya pilav yapımında kullanılmaktadır.
Tokat	Üzüm Tarhanası	Beyaz ya da siyah üzüm şırası, pekmez, ince buğday kırması	Yörede sadece tatlı olarak tüketilmektedir.
Göhlisar	Hamur Tarhanası	Çörtük, buğday unu, İri öğütülmüş çörekotu, ayva, nane, , kırmızıbiber, su, tuz	Naneli ve sarımsaklı yoğurtla birlikte tüketilmektedir.

Ülkemizdeki coğrafi işaretli tarhanalar; Muğla Göce Tarhanası (mahreç işareti), Uşak Tarhanası (Menşe adı), Maraş Tarhanası (mahreç işareti), Kütahya Kızılıcak Tarhanası (mahreç işareti), Bolu Kızılıcak Tarhanası (mahreç işareti)'dir. Başvuru aşamasında olanlar ise; Çakmak Tarhana, Amasya Sıkma Tarhanası, Beypazarı Tarhanası, Gaziantep Şirin Tarhanası, Gediz Tarhanası, Malatya Tarhanasıdır. (TPE, 2021c).

Coğrafi İşaret

Coğrafi işaret Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından "Temel olarak benzerlerinden farklılaşmış ve bu farkı kaynaklandığı yöreye borçlu olan bir yöresel ürün adını ifade eder. Bu anlamda coğrafi işaret, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaret." olarak tanımlanmaktadır.

Coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı, tescile konu olan ürünün kaynağı, üretilmesi gibi çeşitli niteliklerden kaynaklanan özelliklerden dolayı belli bir üne sahip ürünleri koruma altına almayı amaçlamaktadır (TPE, 2021c). Ayrıca pazarlama imkânının artması ve ekonomik büyüme bakımından önemlidir (Oraman,2015). Coğrafi işaret ile bölgenin bilinirliği artmaktadır (Hatipoğlu, 2016).Coğrafi işaretleme ilk olarak 1996 yılında 25 başvuru ile başlamıştır ve başvurular giderek artmaktadır (Özer vd. 2014).

Coğrafi işaretli ürünler "menşe adı" ve "mahreç işareti" olmak üzere iki ayrı grupta incelenmektedir. Menşe adı ve mahreç işareti terimleri arasındaki fark, üretim aşamasının gerçekleştirildiği yere bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Coğrafi işaretleme yapılan ürünün özellikleri tamamen ait olduğu tek bir yöreye özgü ise ve bu ürünün ilgili bölge haricinde aynı özelliklerle yetiştirilebilmesi veya üretiminin mümkün olmadığı durumlarda "menşe adı", eğer ürünün özelliklerinden bir kısmı bu ürünün ait olduğu yöreden kaynaklı ise ve yöre dışında da ürünün özelliklerinin bir kısmı karşılanarak üretilmesi muhtemel ise "mahreç işareti" ile işaretlenir. Bu ifadeden de anlaşılacağı üzere "mahreç işareti" ile işaretlenen coğrafi işaretli ürünler farklı bölgelerde üretilebilmektedir. Önemli konu, hammadde, üretim yöntemleri, nitelik

açısından ürünün orijinal halinin asıl bölgede bulunan ürünün aslının korunması gerekli olduğudur (Gökovalı, 2007).2021 yılı itibari ile coğrafi işaret tescili almış ürün sayısı 984, işlemlerine devam edilen başvuru sayısı 750'dir (TPE, 2021b).

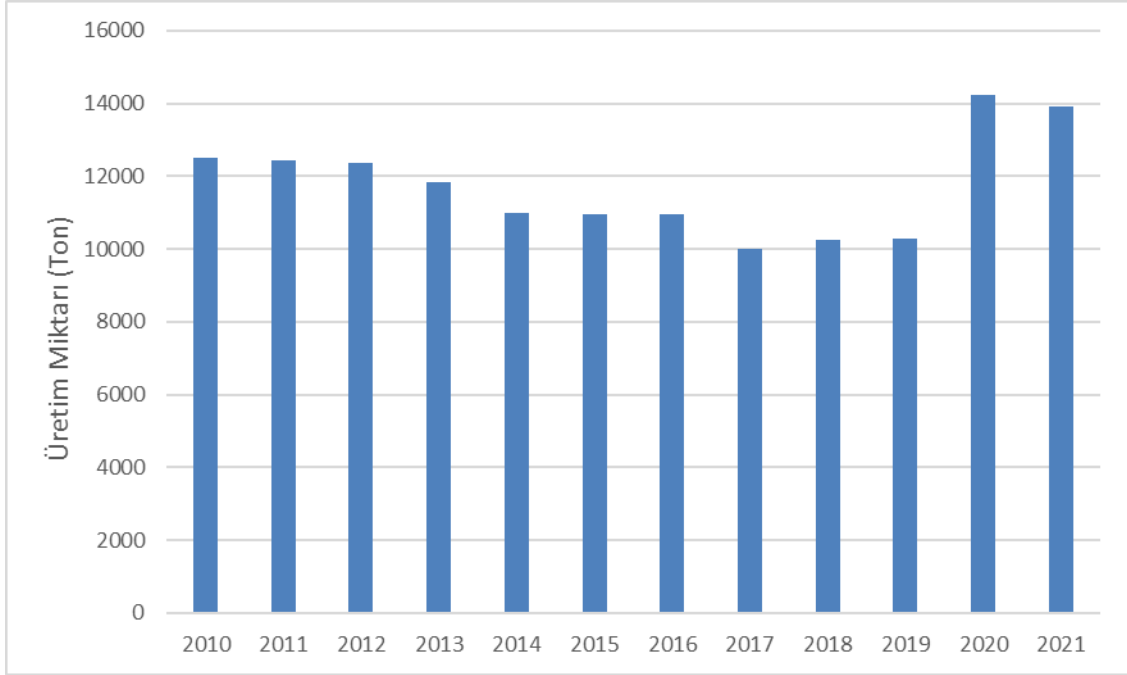
Kızılcık Meyvesi

Kızılcık (*Cornus mas L.*), Cornaceae familyasının üyesi olan 5-8 m yüksekliğinde, yaprak döken çalı veya küçük bir ağaç şeklinde çok yıllık bitkidir (Rop vd. 2010). Kızılcık meyvesi (*Cornus mas*) ise dünyada pek çok bölgede, değişik türlerde, bu çalı şeklindeki ağaçlarda yetişmektedir (Kucharska vd. 2015). Kızılcığın, yüksek kullanım değeri ve doğal ortamında yetişebilmesi gibi nedenlerle son yıllarda üretim miktarı artmış olup TÜİK verilerine göre 2021 yılında 13745 ton kızılcık üretildiği belirtilmektedir (Anonim 2020).

Yaygın olarak Orta ve Güneydoğu Avrupa'da doğal olarak yetişen kızılcık meyvesi olgunluk aşamasında çoğunlukla kırmızı renge sahip olup tadı ekşidir. Kızılcık meyvesinin endüstride kullanımının ve üretiminin artması; yetiştirildiği bölgedeki ürün çeşitliliğinin gelişmesi, yerel pazarlarda talebin artması ve gıda sektörü için yeni kaynakların oluşması bağlamında değerlendirildiğinde oldukça önemli görülmektedir (Moradi vd. 2019).

Türkiye'de kızılcık meyvesinin yıllara göre üretim miktarı Şekil 1'de gösterilmiştir. Üretim miktarında yıllara göre artış ve azalışlar gözlenmekte olup son 2010-2021 yılları arasında ortalama üretim miktarı 12-13 bin ton/yıl aralığında olduğu görülmektedir (Anonim, 2020). Kızılcık meyvesi; komposto, marmelat, tarhana, reçel, sirke, bira, şarap şeklinde işlenerek tüketilebildiği gibi, bu meyvenin herhangi bir işlem uygulanmadan da tüketimi yaygındır (Coşkun 2014; Kucharska vd. 2015; Moradi vd. 2019).

Kızılcık meyvesi ile yapılan çalışmalar incelendiğinde, bu meyvenin gıda ve sağlık endüstrisi başta olmak üzere birçok alanda kullanıldığı görülmektedir. Bu çalışmalarda kızılcık meyvesinin bileşiminde C vitamini, antosiyanin, organik asit, fenolik asit gibi biyolojik aktif bileşikleri barındırdığı gösterilmiş ve bu aktif bileşiklerin yüksek oranda antioksidan özelliklere sahip olduğu bildirilmiştir (Kucharska 2012; West vd. 2012; Deng vd. 2013). Kızılcık meyvesinin bu özellikleri nedeniyle çiğ olarak meyvesinin veya türevi ürünlerin tüketilmesi başta kanser olmak üzere obezite ve kardiyovasküler hastalıkların oluşumunun engellenmesi ve geciktirilmesinde olumlu etkiye sahip olduğu bildirilmektedir (Jayaprakasam vd. 2006; West vd. 2012; Deng vd. 2013; Mikaili vd., 2013; Kucharska vd. 2015).



Şekil 1. Yıllara göre kıvılcık meyvesinin üretim miktarı (Anonim, 2021)

Kızılcık, kendine özgü yapısı sebebiyle kendiliğinden yetişebilen, olumsuz hava koşullarına (-35°C ye kadar) direnç gösteren, ülkemizde çok farklı bölgelerde kolay şekilde yetişen üzüksü bir meyvedir. Doğal olarak yetişen kıvılcık, ağaç ya da çalıya benzer bir bitki üzerinde yetişmekte olup ormanlık bölgelerde nehir kıyılarında tek ya da birkaç ağaç halinde yetişmektedir (Güleryüz vd., 1998).

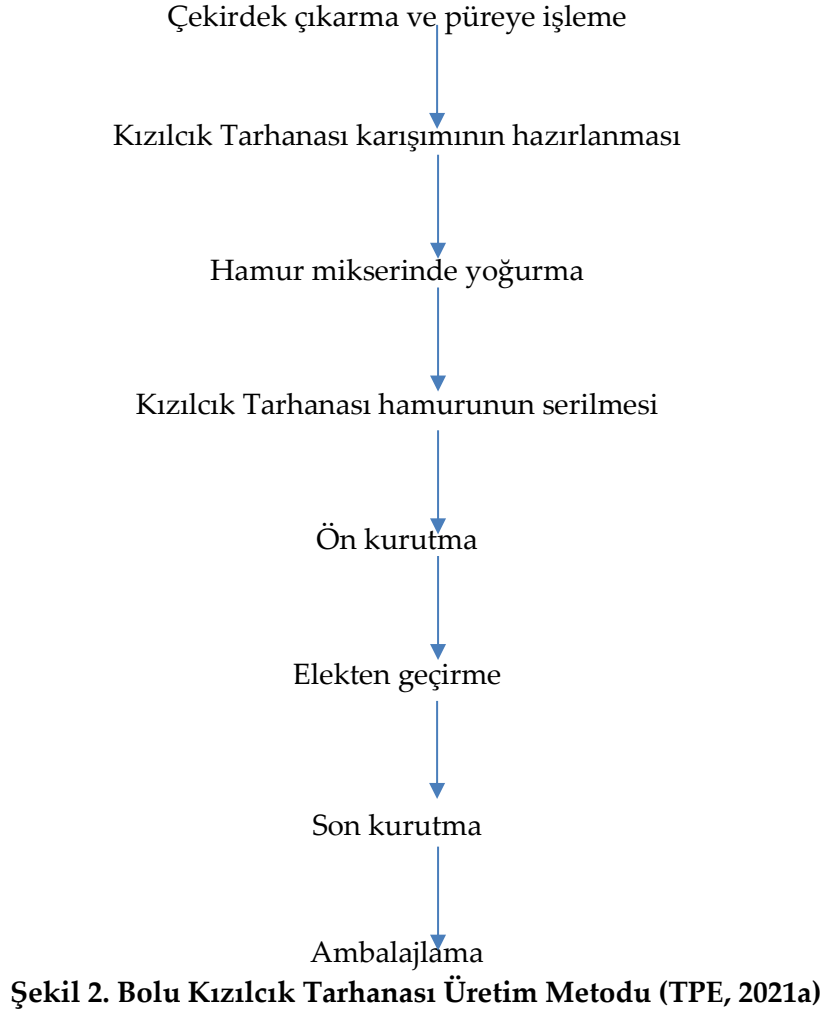
Kızılcık meyvesi, antioksidan, mineral ve vitamin içeriği bakımından oldukça zengindir. Sağlıklı diyet için önemli bir gıdadır. Önceki yıllarda, geleneksel olarak tüketimi gerçekleştirilirken kıvılcık üzerine yapılan bilimsel çalışmaların artmasıyla direkt kullanımının yanında, bileşiminde bulunan maddelerin özellikleri sayesinde, gıda ve sağlık endüstrisinde kullanımı artmıştır. Geleneksel olarak tüketimi reçel, marmelat şeklinde olsa da gıda endüstrisinde özellikle yoğurt üretiminde olmak üzere diğer gıda maddelerinin duyuşal özelliklerini iyileştirmek, ürün çeşitliliğini artırmak ve ürünlerin vitamin mineral ve lif değerlerini artırarak besleyiciliğine katkıda bulunmak amacıyla doğal bir katkı maddesi olarak kullanılmaktadır (Güleryüz vd., 1998; Kaya ve Canlı, 2019).

Kızılcık meyvesi, çeşitli biyoaktif bileşenler içermektedir. Bilim insanları, 20. yüzyıldan bu yana kıvılcığın idrar yolu hastalıkları üzerindeki faydalı etkisini araştırmaktadır. 21. yüzyılda kıvılcığın içerdiği fitokimyasalların kanser ve damar hastalıklarına karşı koruma sağlamaşu araştırmacılar açısından oldukça ilgi çekmiştir. Kıvılcık meyvesindeki antosiyaninler, prosiyanidinler ve flavonollerin kanseri önleme açısından potansiyel etkileri olduğu kanıtlanmıştır (Zhao vd., 2020).

Bolu Kıvılcık Tarhanası

Bolu Belediyesi tarafından başvurusu yapılan Bolu Kıvılcık Tarhanası TPE tarafından 01.12.2017 tarihinde tescil edilmiştir. Bolu Kıvılcık Tarhanası; Bolu ilinde yetişen kıvılcık meyvesinin püresinin, sert-kırmızı ekmeklik buğday unu ve yemeklik iyotlu tuzla belirli

miktarlarda karıştırılıp ardından yoğrulması suretiyle elde edilmektedir. Yörede yaşayan insanların kültürel birikimi sonucunda günümüze ulaşan, yörenin adı ile bilinirlik kazanan Bolu Kızılçık Tarhanası, uzun süre muhafaza edilebilmektedir. Bolu Kızılçık Tarhanasının üretiminde bölgede yetişen Cornaceae ailesinden Cornus Mascula türü kızılçık meyvesi kullanılmaktadır. Ürünün renginin, pembe-kırmızı rengine benzer bir renk olabilmesi için ürün; gölge bir ortamda, bez alan üzerinde kurutulmalıdır (TPE, 2021a). Şekil 2’de Bolu Kızılçık tarhanasının üretim aşamaları yer almaktadır.



Şekil 3. Bolu kızılçık tarhanası (yaş hali) (Bolu Belediyesi, 2022)



Şekil 4. Bolu kızılçık tarhanası (kuru hali) (Bolu Belediyesi, 2022)

Şekil 2'de Bolu kızılçık tarhanası üretim metodu yer almaktadır. Bolu kızılçık tarhanası üretiminde; kızılçık meyvesi çekirdeği çıkarıldıktan sonra püre haline getirilir. Çekirdeği çıkartılmış kızılçık püresi sert kırmızı ekmeklik buğday unu ile birebir oranda harmanlanır ve iyotlu tuz ilave edilir. Hamur yoğrulur. Ardından 25 gramlık porsiyonlara ayrılan kızılçık tarhanası hamurları bez bir zemin üzerine serilip 24 saat ön kurutmaya bırakılır yapılıdır. Tarhana hamuru oda sıcaklığında (yaklaşık 23°C), %60-70 nemli, güneşsiz ve kapalı ortamda kurutulmalıdır. 24 saatlik ön kurutmanın ardından kızılçık tarhanası hamurları 3 mm'lik tel elekten geçirilir. Elekten geçirilen yarı kurumuş tarhanalar bez zemin üzerinde 6- 7 gün süresince kurutulur (TPE, 2021a).

Sonuç

Günümüzde insanlarda sağlıklı gıdaların tüketilmesi bilinci artış göstermektedir. Tarhana ise hem bitkisel hem de hayvansal protein bulunması, bununla birlikte zengin vitamin, mineral, probiyotik bakteri içeriğine sahip olması nedeniyle sağlıklı gıda seçeneklerine önemli bir alternatif oluşturmaktadır. Bolu ve çevre illerde üretilen Bolu Kızılçık tarhanasının; lif içeriği ve antosiyanin bakımından zengin içerikli kızılçık meyvesinden üretilmesi nedeniyle tarhananın sağlıklı olan yapısını daha ileri bir noktaya taşıdığı düşünülmektedir.

Katkı maddeleri ile üretilen gıdaların tüketiminin gereğinden fazla arttığı günümüzde hem besleyici hem de hazırlanması kolay olan bu tarz yöresel ürünlerin ön plana çıkarılması, mevcut yerel üreticileri desteklemekle beraber, tüketici sağlığının iyileştirilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Coğrafi işarete sahip olan Bolu Kızılçık Tarhanası üretimi ve içerisindeki bileşenler açısından diğer yoğurt, buğday ve çeşitli baharatlar gibi temel hammaddelerden oluşan tarhana çeşitlerinden ayrılmaktadır. Çalışma kapsamında, Bolu Kızılçık Tarhanasının Türkiye çapında tanınırlığının artırılması ile ev ortamında küçük ölçekte üretilen Kızılçık Tarhanasının işletmelerde üretiminin yaygınlaştırılması ve bu sayede ülke çapında ve dünya çapında bilinirliğinin ve pazarlamasının artırılması amaçlanmaktadır.

Kaynakça

- Anonim. 2021. Türkiye İstatistik Kurumu, meyveler üretimi. Meyve ürünleri, içecek ve baharat bitkileri üretim miktarları, Erişim adresi(<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Bitkisel-Uretim-Istatistikleri-2020-33737>)
- Başar F., Şen N., Silahşör Y., Başar B. (2019). Erzincan Yöresel Mutfak Kültürü Unsuru Olan Tarhananın Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*,7(1), 328-339.
- Coşkun, F. (2014). Tarhananın Tarihi ve Türkiye'de Tarhana Çeşitleri. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 9 (3), 69-79.
- Çekal, N. ve Aslan, B. (2017). Gastronomik Bir Değer Olarak Tarhana ve Coğrafi İşaretlemede Tarhananın Yeri ve Önemi. *Pamukkale Üniversitesi Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (2), 124-135.
- Dağlıoğlu, O., Arıcı, M., Konyalı, M. and Gümüş, T. (2002). Effects of Tarhana Fermentation and Drying Methods on the Fate of *Escherichia coli* 0157: H7 and *Staphylococcus aureus*;;European food research and technology 215 ,515-51.

- Deng, S., West, B. J. and Jensen, C. J. (2013). UPLC–TOF-MS characterization and identification of bioactive iridoids in Cornus mas fruit. *Journal of Analytical Methods in Chemistry*, <http://dx.doi.org/10.1155/2013/710972>, ID 710972.
- Dağlıoğlu, O. (2000). Tarhana as a traditional Turkish fermented cereal food. Its recipe, production and composition. *Food/Nahrung*, 44(2), 85-88.
- Erbaş, M., (2003). Yaş Tarhananın Üretim ve Farklı Saklama Koşullarında Bileşimindeki Değişmeler. Akdeniz Üniversitesi, Doktora tezi, Antalya.
- Gökova, Ü. (2007). Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 21(2), 141-160.
- Güleryüz, M., Bolat, I., & Pırlak, L. (1998). Selection of table cornelian cherry (*Cornus mas* L.) types in Coruh Valley. *Turkish Journal of Agriculture and Forestry*, 22(4), 357-364.
- Hatipoğlu, B. (2016). Bölgesel Turizmde Coğrafi İşaretli Yiyecek İçeceklerin Yeri : Tramep Proje Örneği. In Ö. Bardakoğlu & V. Tecim (Eds.), *Bölgesel Turizm* (pp. 87–91).
- Jayaprakasam, B., Olson, L. K., Schutzki, R. E., Tai, M. H. and Nair, M. G. 2006. Amelioration of obesity and glucose intolerance in high-fat-fed C57BL/6 mice by anthocyanins and ursolic acid in cornelian cherry (*Cornus mas*). *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, 54, 243–248.
- Kaya, S. Y., Canlı, D. (2019) Kızılılık Meyvesi ve Kullanılma Potansiyeli. *DÜSTAD Dünya Sağlık ve Tabiat Bilimleri Dergisi*, 2(2), 59-65.
- Kucharska, A. Z. (2012). Active Compounds of Cornelian Cherry Fruit (*Cornus mas* L.) *Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego Wrocław*.
- Kucharska, A. Z., Szumny, A., Soko-Letowska, A., Piorecki, N. and Klymenko, S. V. (2015). Iridoids and anthocyanins in cornelian cherry (*Cornus mas* L.) cultivars. *Journal of Food Composition and Analysis*, 40, 95–102.
- Moradi, Y., Khadivi, A. and Salehi-Arjmand, H. (2019). Morphological and pomological characterizations of cornelian cherry (*Cornus mas* L.) to select the superior accessions. *Scientia Horticulturae*, 249, 208–218.
- Mikaili, P., Koohirostamkolaei, M., Babaeimarzangou, S. S., Aghajanshakeri, S. Moloudizargari, M., Gamchi, N.S. and Toloomoghaddam, S. (2013). Therapeutic uses and pharmacological effects of *Cornus mas*: a review. *Journal of Pharmaceutical and Biomedical Sciences*, 35, 1732–1738.
- Oraman, Y. (2015). Türkiye’de Coğrafi İşaretli Ürünler. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 76–85.
- Özer E., Kesenkaş H. (2014). Coğrafi İşaretleme ve Geleneksel Peynirlerimiz, 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu 17-19 Nisan , Adana, s. 48-51.
- Özdemir, S., Göçmen, D., Yıldırım Kumral, A., (2007), “A traditional Turkish fermented cereal food: tarhana”, *Food Reviews International*, 23:107-121
- Pirkul, T. (1988). Çocuk ve risk altındaki kişilerin protein gereksinimine göre ticari tarhanaların formülasyonu, *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 17:275-283.
- Rop, O., Mlcek, J., Kramarova, D. and Jurikova, T. (2010). Selected cultivars of cornelian cherry (*Cornus mas* L.) as a new food source for human nutrition. *African Journal of Biotechnology*, 9(8), 1205-1210.
- Sormaz Ü., Onur N., Güneş E., Nizamluoğlu F. (2019). Türk Mutfağı Geleneksel Ürünlerinde Yöresel Farklılıklar: Tarhana Örneği, *Aydın Gastronomy*, 3 (1):1-9.
- Tarakçı, Z., Doğan, I.S. and Koca, A. F., (2004), “A Traditional Fermented Turkish Soup, Tarhana, Formulated with Corn Flour and Whey”., *International Journal of Food Science and Technology*., 39, 455-458.
- TPE (2021a), <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/39b60672-5c81-409d-9768-f9d5f8cfe8e6.pdf> Erişim tarihi [31.12.2021]

- TPE (2021b), <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/RegistrationAndApplication> Erişim tarihi [31.12.2021]
- TPE(2021c, <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/6B3F914C-E72C-437C-8A30-F50C51DE0A23.pdf> Erişim tarihi [31.12.2021]
- West, B. J., Deng, S., Jensen, C. J., Palu, A. K. and Berrio, L. F. (2012) Antioxidant, toxicity, and iridoid tests of processed Cornelian cherry fruits. *International Journal of Food Science and Technology*, 47(7), 1392–1397.
- Yıldırım, İ. ve Felek, R. (2014). Tarhana ve Sağlık Üzerine Etkileri”, 4.Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan, Adana, s.116-119.
- Yıldırım, Ç. ve Güzeler, N. (2016). Tarhana Cipsi. *Nevşehir Bilim ve Teknoloji Dergisi TARGİD Özel Sayı*, 1-8.
- Yönel, D., Karagöz Ş. ve Güllü, M. (2018). Tarhana Üretimi ve Çeşitleri, *The Congress Book Of Full Texts-Iwact 2018-ISBN-978-605-2292-64-8*.
- Zhao, S., Liu, H., & Gu, L. (2020). American cranberries and health benefits—an evolving story of 25 years. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 100(14), 5111-5116.



Bu dergi DergiPark
tarafından
taranmaktadır.

DergiPark
AKADEMİK

This journal is
indexed by
DergiPark.



Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi
Kastamonu University Faculty of Tourism