

TOURISM & RECREATION

E-ISSN : 2687-1971





TOURISM & RECREATION

E-ISSN: 2687-1971

Yılda iki defa yayımlanan (Haziran-Aralık), hakemli, yaygın süreli bir dergidir.

It is a peer-reviewed, widely published journal published biannually (June-December).

TO&RE

CİLT/VOLUME: 5 – SAYI/ISSUE: 1

HAZİRAN/JUNE 2023

TOURISM & RECREATION

Tourism & Recreation Dergisi'nin dizinlendiği veri tabanları /

Tourism & Recreation is listed in the index of

International Scientific Indexing / Google Scholar / Academic Recourse Index / Directory of Research Journals Indexing/
Türkiye Turizm Dizini / Elektronische Zeitschriftenbibliothek / Cosmos / Eurasian Scientific Journal Index / WorldCat/
Scientific Indexing Services / CiteFactor / Asos Index / Advanced Science Index / International Institute of Organized
Research / Bilgindex / RootIndexing / Base

E-ISSN: 2687-1971

Tourism & Recreation Dergi Sahibi / Owner on behalf of the Tourism & Recreation

Üzeyir KEMENT, PhD

Editör / Editor-in- Chiefs

Üzeyir KEMENT, PhD

Ordu University, uzeyirkement@hotmail.com

Yardımcı Editör / Associate Editor

Sinan ÇAVUŞOĞLU, PhD

Bingöl University, scavusoglu@bingol.edu.tr

Alan Editörleri / Section Editors

Ali SOLUNOĞLU, PhD

Balıkesir University, alisolunoglu@kku.edu.tr

Ayşegül GÜNDÜZ SONGUR, PhD

University of South Florida, aysegulsongur15@gmail.com

Barış DEMİRCİ, PhD

Eskişehir Osmangazi University, bdemirci@ogu.du.tr

Fazıl KAYA, PhD

Gümüşhane University, fkaya@gumushane.edu.tr

Özgür YAYLA, PhD

Akdeniz University, ozguryayla@akdeniz.edu.tr

Seden DOĞAN, PhD

Ondokuz Mayıs University, seden.dogan@omu.edu.tr

Yazım Editörü / Spelling Editor

Sinan Baran BAYAR

Kırklareli University, sinanbbayar@gmail.com

Ezgi ETER,

Ordu University, ezgi.eter96@gmail.com

Duygu Zeynep YILDIZ,

Ordu University, duyguzeynep@gmail.com

Bihter ZEYBEK HÜSEM,

Ordu University, bihterzeybek394@gmail.com

Aybüke TOKUR

Ordu University, aybuketokurr@gmail.com

Ayşegül EKER

Ordu University, ayseguuleker@gmail.com

Sinem SOYLU

Ordu University, snmsyluu@gmail.com

İngilizce Editör / English Editor

Önder ÇAKIRTAŞ, PhD

Bingöl Universtiy, ocakirtas@bingol.edu.tr

Engin AYTEKİN, PhD

Afyon Kocatepe Universtiy, eaytekin@aku.edu.tr

Redaksiyon/ Redaction-Proofreading

Handan HAMARAT

Bingöl University, elifmira12@hotmail.com

Mizanpaj Editörü/ Layout Editor

Selahattin TUNCER

Ankara, selahattintuncer@gmail.com

Sosyal Medya Editörü / Social Media Editor

Aziz BÜKEY

Bingöl University, abukekey@gmail.com

Yazı İşleri Sorumlusu/ Editor-in- Chiefs

Ayşe KOÇ APUHAN

Bingöl Üniversitesi, akapuhan@bingol.edu.tr

Çağkan GÜNER

İstanbul Gelişim University, cagkanguner@gmail.com

İLETİŞİM / CONTACTS

Web: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tourismandrecreation/> E-mail: toreditor@gmail.com

YAYIM KURULU/ EDITORIAL BOARD

Ali YAYLI, PhD

Ankara Hacı Bayram Veli University, yayliali@gmail.com

Beyza GÜLTEKİN, PhD

Hacettepe University, beyza@hacettepe.edu.tr

Elbeyi PELİT, PhD

Afyon Kocatepe University, elbeyipelit@aku.edu.tr

Evren GÜÇER, PhD

Ankara Hacı Bayram Veli University, evrengucer@gazi.edu.tr

Faizan ALI, PhD

University of South Florida, faizanali@usf.edu,

Fusun İSTANBULLU DİNÇER, PhD

İstanbul University, istanbul@istanbul.edu.tr

İrfan YAZICIOĞLU, PhD

Ankara Hacı Bayram Veli University, irfan.yazicioglu@hbv.edu.tr

İsmail KIZILIRMAK, PhD

İstanbul University, ikizilirmak@istanbul.edu.tr

Leonardo Aureliano DA SILVA, PhD

Ilma University, leonardoaureliano@outlook.com

Leyla ÖZER, PhD

Hacettepe University, leyla@hacettepe.edu.tr

Lyubkina Olena VIKTORIVNA, PhD

Taras Shevchenko Nat. Unv. of Kiev, decanat_econom@univ.kiev.ua

Muharrem TUNA, PhD

Ankara Hacı Bayram Veli University, muharrem.tuna@hbv.edu.tr

Muhsin HALİS, PhD

Bolu Abant İzzet Baysal University, muhsinhalis@gmail.com

Mustafa AKSOY, PhD

Ankara Hacı Bayram Veli University, maksoy@hbv.edu.tr

Naringül MARGAZİYEVA, PhD

Kırgızistan Manas University, naryngul.margazieva@manas.edu.kg

Nilüfer ŞAHİN PERÇİN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, nilufer.percin@nevsehir.edu.tr

Rab Nawaz LODHI, PhD

University of Central Punjab, rabnawaz.lodhi@ucp.edu.pk

Orhan BATMAN, PhD

Sakarya University, obatman@sakarya.edu.tr

Raqif Qasimov, PhD

Azərbaycan Dövlət İqtisad University, raqif.qasimov@unec.edu.az

Sadia FAROOQ, PhD

University of the Punjab, sadia.hcc@pu.edu.pk

Shiva ILKHANIZADEH, PhD

Cyprus International University, silkhanizadeh@ciu.edu.tr

Suat KARAKÜÇÜK, PhD

Gazi University, ksuat@gazi.edu.tr

DANIŞMA KURULU/ ADVISORY BOARD

Ece KONAKLIOĞLU, PhD,	Ankara Hacı Bayram Veli University, ece.konaklioglu@hbv.edu.tr
Gökmen KILINÇARSLAN, PhD,	Bingol University, gkilincarslan@bingol.edu.tr
Mehmet KABACIK, PhD	Ordu University, mehmetkabacik@odu.edu.tr
Menekşe CÖMERT, PhD,	Ankara Hacı Bayram Veli University, menekse.comert@hbv.edu.tr
Murat KIZANLIKLI, PhD,	Ankara Hacı Bayram Veli University, murat.kizanlikli@hbv.edu.tr
Özlem ALTUNÖZ, PhD,	Ankara Hacı Bayram Veli University, ozlem.altunoz@hbv.edu.tr
Ramazan Pars ŞAHBAZ, PhD,	Ankara Hacı Bayram Veli University, pars.sahbaz@hbv.edu.tr
Semra AKTAŞ POLAT, PhD,	Istanbul Medeniyet University, semra.polat@medeniyet.edu.tr
Yalçın ASLANTÜRK, PhD,	Ankara Hacı Bayram Veli University, yalcin.arslanturk@hbv.edu.tr
Yasin KELEŞ, PhD,	Ondokuz Mayıs University, yasin.keles@omu.edu.tr

SAYIDAKİ HAKEMLER / REFEREES IN ISSUE

Tourism & Recreation Dergisinde [TO&RE], en az iki hakemin görev aldığı çift taraflı kör hakemlik sistemi kullanmaktadır. 2022 Cilt 4 Sayı 1 hakemleri listelenmektedir. / Tourism & Recreation [TO&RE] uses double-blind review fulfilled by at least two reviewers. Referees are listed in 2022 Volume 4 No 1.

Osman Nuri ÖZDOĞAN, PhD	Aydın Adnan Menderes University, onozdogan@gmail.com
Aziz MUSLU, PhD	Ordu University, azizmuslu@gmail.com
Emrah ÖRGÜN, PhD	Sinop University, emrahorgun@gmail.com
Murat GÖRAL, PhD	Bingöl University, mgoral@bingol.edu.tr
Erdem KORKMAZ	Anadolu University, erdemkorkmaz@anadolu.edu.tr
Yasin Emre OĞUZ, PhD	Eskişehir Osmangazi University, yeoguz@ogu.edu.tr
Eray POLAT, PhD	Gümüşhane University, eraypolat38@gmail.com
Ozan ATSIZ, PhD	Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, ozanatsiz@gmail.com
Yener OĞAN, PhD	Artvin Çoruh University, oganyener@gmail.com

Tourism & Recreation akademik ve bilimsel çalışmaların etik, nitelikli ve özgün çerçevede yayımlanarak, bilim dünyasına katkı sağlamayı amaçlayan uluslararası bir dergidir. Dergi hakemli bir dergi olup, çalışmalar en az iki hakem tarafından değerlendirildikten sonra yayımlanmaktadır. Dergimizde Türkçe ve İngilizce yayınlar kabul edilmektedir. Dergimize çalışma gönderen yazarların, çalışmalarının daha önce hiç bir şekilde başka bir yerde basılmamış olması gerekmektedir. Yazarlar çalışmalarını gönderdiği zaman telif haklarını da devretmiş sayılır. Çalışmalar intihal programından geçirilerek yayımlanmaktadır.

Tourism & Recreation is an international journal aiming to contribute to the world of science by publishing academic and scientific studies in an ethical, qualified and original framework. The journal is a peer-reviewed journal and the manuscripts are published after at least two reviewers. Turkish and English publications are accepted in our journal. The authors of the manuscripts submitted to our journal should not have been published in any way before. Authors are deemed to have transferred their copyrights when they submit their works. Studies are published through plagiarism program.

İÇİNDEKİLER / TABLE OF CONTENTS

Türkiye’de turizm alanında yapılan tükenmişlik konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik profili <i>Bibliometric profile of graduate theses on burnout in the field of tourism in Turkey</i> Ayşe Bostan, Tuğçe Cebeci DOI: 10.53601/tourismandrecreation.1206343	1-9
Afyonkarahisar’ın geriatri (ileri yaş) turizmi ve erişilebilir turizm açısından değerlendirilmesi <i>Evaluation of Afyonkarahisar in terms of geriatric tourism and accessible tourism</i> Engin Aytekin DOI: 10.53601/tourismandrecreation.1272483	10-21
Kruvaziyer sektörünün turizme, ekonomik ve sosyo-kültürel yapıya etkisinin belirlenmesine yönelik bir çalışma: Galataport Kruvaziyer Limanı <i>A study on the determination of the effects of cruise sector on tourism, economic and socio-cultural structure: Galataport Cruise Port</i> Yasemin Nemlioğlu, Selma Erdoğan DOI: 10.53601/tourismandrecreation.1259178	22-34
Sosyal medya bağımlılığı ile boş zamanda sıkılma algısı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkinin belirlenmesi <i>Determining the relationship between social media addiction and perception of leisure boredom and life satisfaction</i> Ali İskender DOI: 10.53601/tourismandrecreation.1290654	35-42



Tourism and Recreation

<https://dergipark.org.tr/tourismandrecreation>

E-ISSN: 2687-1971

Türkiye’de turizm alanında yapılan tükenmişlik konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik profili

Bibliometric profile of graduate theses on burnout in the field of tourism in Turkey

Ayşe Bostan^{1*}, Tuğçe Cebeci²

¹Gebze Teknik Üniversitesi, Rektörlük/ Kariyer ve Profesyonel Gelişim Uygulama ve Araştırma Merkezi, aysebostan@gtu.edu.tr, 0000-0001-7677-5556

²İstanbul Gedik Üniversitesi, Gedik Meslek Yüksekokulu, tugce.cebeci@gedik.edu.tr, 0000-0001-9544-8489

MAKALE BİLGİSİ/ARTICLE INFO

Derleme / Review Article

Anahtar Kelimeler:

Tükenmişlik, Turizm, Ulusal Tez Merkezi, Bibliyometrik analiz.

Key Words:

Burnout, Tourism, National Thesis Center, Bibliometric analysis.

Gönderme Tarihi/Received Date:

17.11.2022

Kabul Tarihi/Accepted Date:

25.04.2023

Yayımlanma Tarihi/Published Online:

30.06.2023

DOI:

[10.53601/tourismandrecreation.1206343](https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1206343)

ÖZET

Bu çalışma, Türkiye’de turizm alanında tükenmişlik konusu üzerine yazılan lisansüstü tezlerin incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Çalışmada 2011-2021 yılları arasında YÖK Ulusal Tez Merkezi’nde yer alan 44 lisansüstü tez incelenmiştir. Nitel araştırma yönteminin benimsendiği çalışmada veriler döküman inceleme tekniğiyle toplanarak bibliyometrik analiz uygulanarak incelenmiştir. Araştırma 44 tez üzerinden yürütülmüş olup yazar cinsiyetleri, yayın yılı, üniversite, danışman unvanları, danışman cinsiyetleri, örneklem, araştırma yöntemi, veri toplama araçları, hedef kitle ve öneriler kısmının bulunup bulunmadığı durumlarına göre kategorize edilmiştir. Tezler yıllar bazında değerlendirildiğinde 2017 yılında tükenmişlik konusu üzerine daha fazla tez bulunmaktadır. Bunun sebebi içinde bulunulan dönemin bir özelliği olarak yaşanmış olumsuz olayların turizm gelirlerini etkilemesi ve iş stresinin çalışanlara yaşatabileceği tükenmişlik sendromunun olduğu ve araştırmacıları bu alanda çalışma yapmaya yönlendirdiği düşünülmektedir. Ayrıca 2021 yılında turizm alanında tükenmişlik konulu yalnızca 1 adet tez yazılmış olması da dikkat çeken bir diğer sonuçtur. 2020 yılında başlayan Covid-19 pandemi süreci ile birlikte turizm sektöründe yaşanan durgunluk sebebiyle ve lisansüstü eğitimde öğrencilere kayıt dondurma hakkı verilmesi sebebiyle de çalışmalar azalmış olabilir. Turizm alanında tükenmişlik konulu tezlerin yaklaşık olarak yarısı (%43,2); Balıkesir Üniversitesi, Akdeniz Üniversitesi, Atatürk Üniversitesi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi ve İzmir Katip Çelebi Üniversitesinde çalışılmıştır. Bunun nedeni, bu üniversitelerin bulunduğu illerde yaz turizmi (Balıkesir, Antalya, İzmir) ve kış turizminin (Erzurum, Nevşehir) olması olabilir. Tükenmişlik ile ilişkilendirilen kavramlar incelendiğinde ise en fazla duygusal emek, işten ayrılma niyeti ve iş doyumu ile ilgili çalışmalar yapılmış ve çoğunlukla nicel araştırma yöntemi tercih edilmiştir.

ABSTRACT

This study is carried out in order to examine the postgraduate theses written on the subject of burnout in the field of tourism in Turkey. In the study, 44 postgraduate theses in the YÖK National Thesis Center between the years 2011-2021 were examined. In the study, in which the qualitative research method was adopted, the data were analyzed by collecting the document review technique and applying bibliometric analysis. The research was carried out over 44 theses and was examined according to the gender of the authors, publication year, university, advisor titles, gender of the advisor, sample, research method, data collection tools, target audience and whether there was a suggestion section. When theses are evaluated on the basis of years, there are more theses on the subject of burnout in 2017. It is thought that the reason for this is that the negative events experienced as a feature of the current period affect tourism revenues and the burnout syndrome that can be experienced by the employees due to job stress directs the researchers to work in this field. In addition, it is another remarkable result that only one thesis was written in the field of tourism on the subject of burnout in 2021. With the Covid-19 pandemic process that started in 2020, the work in this area may have decreased due to the stagnation in the tourism sector. In addition, studies may have decreased due to the fact that students were given the right to freeze registration in postgraduate education with the pandemic process. Approximately half of the theses on burnout in the field of tourism (43.2%); He studied at Balıkesir University, Akdeniz University, Atatürk University, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University and İzmir Katip Çelebi University. The reason for this may be that there are summer tourism (Balıkesir, Antalya, İzmir) and winter tourism (Erzurum, Nevşehir) in the provinces where these universities are located. When the concepts associated with burnout were examined, studies on emotional labor, intention to leave and job satisfaction were mostly conducted, and mostly the quantitative research method was preferred.

* Sorumlu yazar /Corresponding author.

Öğretim Görevlisi, Gebze Teknik Üniversitesi, Rektörlük/ Kariyer ve Profesyonel Gelişim Uygulama ve Araştırma Merkezi, aysebostan@gtu.edu.tr, 0000-0001-7677-5556

1. Giriş

Küresel dünyada çalışan bireylerin büyük çoğunluğu iş gereklerini yerine getirirken müşterilerle birebir iletişim kurmaktadır. Hizmet sektörü de insanlarla iletişim kurularak iş gereklerinin yerine getirildiği çalışma alanı içerisinde yer almaktadır. Hizmet endüstrisinin doğası, çalışanlar ve müşteriler arasında sürekli ve doğrudan bir teması içermektedir. Hizmet sektörünün temel özellikleri içerisinde yer alan insanlarla etkileşim halinde olma ve yoğun iş temposu, çalışanlarda psiko-sosyal problemlere sebep olabilmektedir. Tükenmişlik sendromu bahsedilen bu problemler arasında yer almakta ve aynı zamanda iş hayatında bireyi ve örgütü ilgilendiren sosyal ilişkiler ve psikolojik yönden birçok sebepten ortaya çıkabilmektedir (Eren & Durna, 2006). Turizm ve konaklama sektöründe çalışanlar, hizmetlerini sunarken hem yöneticilerden hem de müşterilerden kaynaklı önemli baskılara maruz kalmaktadır. Sonuç olarak, stres ve tükenmişlikle ilgili sorunlar bu tür endüstrilerde yaygın olmaktadır (Pienaar & Willemse, 2008). Her geçen gün hızla büyüyen turizm sektörü, emeğin yoğun olması sebebiyle istihdam dostu bir sektör olarak nitelendirilebilir. Bundan dolayı turizm sektörü ülke istihdamı içinde oldukça önemli bir konuma sahiptir (Kılıç, 2014). Turizm endüstrisinde insani ilişkilerin yoğun olmasından dolayı bu alanda çalışan insanların tükenmişlik sendromu yaşayabilecekleri söylenilebilmektedir. Ekonomik zorluklar, çalışma ortamında yaşanan sıkıntılar ve yaşanan diğer sorunlar nedeniyle çalışanlar kendilerini tükenmişlik sendromu içinde bulabilmekte, bunun sonucunda ise kendilerini iş ortamından soyutlayarak işe yabancılaşma gibi sorunlar yaşayabilmektedir (Behar, 2007).

Literatürde daha önce turizm alanında tükenmişlik konusu kapsamında lisansüstü tezlerin bibliyometrik profiline yönelik bir çalışmaya rastlanılmamış olmakla birlikte yapılan bu araştırma ile literatürdeki bu eksiklik giderilmeye çalışılmış ve bu çalışmanın, tükenmişlik konusu ile ilgili yapılacak olan yeni araştırmalara katkı ve destek sağlaması amaçlanmıştır.

Bu çalışma, Türkiye’de turizm alanında tükenmişlik konusu üzerine yazılan lisansüstü tezlerin incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Çalışmada 2011-2021 yılları arasında YÖK Ulusal Tez Merkezinde yer alan 44 lisansüstü tez incelenmiştir. Bu kapsamda aşağıdaki sorulara yanıt aranmaya çalışılmıştır;

- Tezlerin yayın yıllarına göre dağılımı nedir?
- Tez yazarlarının cinsiyetlerine göre dağılımı ne şekildedir?
- Tez çalışmalarının yapıldığı üniversiteler açısından dağılımı ne şekildedir?
- Tez çalışmalarının yapıldığı enstitülere göre dağılımı ne şekildedir?
- Tez çalışmalarının yapıldığı anabilim dallarına göre dağılımı ne şekildedir?
- Tezlerin türleri açısından dağılımı ne şekildedir?
- Tezlerin danışman unvanı açısından dağılımı ne şekildedir?
- Tezlerin danışman cinsiyeti açısından dağılımı ne şekildedir?

- Tez çalışmalarının tercih edilen araştırma yöntemi açısından dağılımı ne şekildedir?
- Tez çalışmalarının veri toplama tekniklerine göre dağılımı ne şekildedir?
- Tez çalışmalarının örneklem büyüklüğüne göre dağılımı ne şekildedir?
- Tez çalışmalarının hedef kitle açısından dağılımı ne şekildedir?
- Tez çalışmalarının öneriler kısmının bulunması açısından dağılımı ne şekildedir?
- Tez çalışmalarının konularına göre dağılımı ne şekildedir?

Bu çalışma temel bakış açısı itibari ile nitel bir çalışma olmakla birlikte tezlerin analiz ve yorumlanmasında son yıllarda sıklıkla kullanılan bibliyometrik analiz yöntemi kullanılmıştır. Bibliyometrik çalışmalarda belge veya yayınların belli başlı özellikleri analize tabi tutularak çeşitli bulgular elde edilmektedir (Al & Coştur, 2007; Turan, 2014). Bu bağlamda bibliyometrik araştırmalarda, ülke veya ülke gruplarına, incelenen bilim dalına, kurum veya kişilere ait bilimsel çalışmaların değerlendirilmesi ile mevcut duruma yönelik saptamalar yapılmasına imkan vermektedir (Şakar & Cerit, 2013).

Turizm alanında bibliyometrik çalışmaların öneminin giderek artmasının nedenleri olarak; turizmin bir bilgi alanı olarak büyümesi, bu alandaki yayın yapan bilim insanı sayısının artması ve bu insanların araştırma performansının değerlendirilmesine duyulan gereksinim gösterilebilir (Hall, 2011).

2. Kavramsal Çerçeve

Sözlük anlamına bakıldığında “çaba göstermeme durumu ya da gücünü yitirmiş olma” olan tükenmişlik, kavramsal anlamda ilk olarak 1974’te psikiyatrist Herbert Freudenberger tarafından tanımlanmıştır (Aydın & Akgemci, 2020). Freudenberger uyuşturucu bağımlılarına yönelik yapmış olduğu çalışmada tükenmişliği, mesleki bir hastalık olarak belirtmiş ve ‘insanların duygusal tükenme, başarısız olma ve başkalarıyla ilişkilerini kesme sebebiyle acı çekmekte olduğu bir psikolojik hal’ şeklinde ifade etmiştir (Üngüren vd., 2010).

Tükenmişlik terimi, bireyin iş stresörlerine karşı psikolojik tepkisini açıklamak için sunulmuştur. Pines & Aronson (1988) tükenmişliği “duygusal olarak zorlayıcı hallere uzun süreli katılım sonucunda gerçekleşen duygusal, fiziksel ve zihinsel tükenme durumu” olarak tanımlamıştır. Tükenmişlik, kişilerarası stres faktörleri ile işteki kronik duygusal faktörlere uzun süre maruz kalmaktan kaynaklanan duygusal tükenme ve motivasyon kaybını ifade eder (Leiter vd., 2014).

Tükenmişlik tanımları incelendiğinde günümüzde en yaygın kabul gören tanım ise Christina Maslach’a aittir. Maslach’a göre (2001; akt. Kaya & Özhan, 2012) tükenmişlik “bireyin işi dolayısıyla insanlar ile yoğun bir ilişkide bulunması neticesinde bireyde görülen duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve düşük kişisel başarı hissi” olarak ifade edilmiştir. Tükenmişlik, işteki kişilerarası stres faktörleri ile kronik duygusal faktörlere

karşı uzun süreli bir tepki şeklinde ifade edilebilir ve duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarısızlık hissi olmak üzere üç boyutla tanımlanır (Maslach vd., 2001).

Duygusal tükenme boyutu, tükenmişliğin temel bireysel stres bileşenini temsil eder. Kişinin duygusal ve fiziksel kaynaklarının aşırı tükenmesi duygularını ifade eder (Maslach vd., 1997). Duygusal tükenme boyutu, fiziksel, zihinsel ve duygusal statüler aracılığıyla tanımlanabilir. Araştırmalar, duygusal tükenmenin, tükenmişliğin diğer iki boyutundan daha üstün olduğunu göstermiştir (Kang vd., 2010). Duyarsızlaşma boyutu, tükenmişliğin kişilerarası bağlam bileşenini temsil eder. İşin çeşitli yönlerine karşı olumsuz, duygusuz veya aşırı derecede bağımsız bir durumu ifade eder. Genellikle duygusal tükenmenin aşırı yüklenmesine tepki olarak gelişir (Maslach vd., 1997). Bireylerin farklı çalışma koşullarına karşı az ya da çok olumsuz tepkiler vermesi, olumsuz bakış açısı, kabul edilemezlik duygusu ve nihayetinde bireyler ve işleri arasında bir boşluk oluşmasına neden olur (Gorji, 2011). Kişisel başarısızlık hissi boyutu, tükenmişliğin öz değerlendirme bileşenini temsil eder. Kişisel başarı hissindeki azalma, işle ilgili bireylerin kapasite ve başarı eksikliği ile ilgilidir (Chiang vd., 2010). Yetersizlik duygularını, işte başarı ve üretkenlik eksikliğini ifade eder. Bu düşük öz-yeterlik duygusu, iş kaynaklarının eksikliğinin yanı sıra sosyal desteğin ve profesyonel olarak gelişme fırsatlarının olmaması nedeniyle daha da kötüleşir (Maslach vd., 1997).

Tükenmişliğin nedenleri bireysel ve örgütsel olmak üzere iki başlıkta incelenmektedir. Bireysel faktörler, örgüt içerisindeki bireylerden kaynaklanan ve tükenmeye sebep olan özelliklerdir. Bireysel faktörler, bireyin tükenmişliğe neden olan örgütsel kaynaklı faktörlerden etkilenmesinde güçlendirici ve azaltıcı etkilere sahiptir (Bostancı, 2014). Yaş, medeni hal, çocuk sayısı, motivasyon, işe fazla bağlılık, performans, bireysel beklentiler, kişisel yaşamda karşılaşılan stresler, kişilik, informal ilişkiler, iş doyumunu ve amirlerinden gördüğü destek gibi sebeplerin bireysel nedenler başlığı altında incelendiği görülmektedir (Ağaoğlu vd., 2004). Maslach & Leiter (1997) kişilerde tükenmişliği etkileyen iş ve örgüt ile ilgili unsurları verilen iş yükü, aidiyet, kontrol, mükâfatlar, değerler ve de adalet şeklinde belirtmektedirler. Tükenmişliğin örgüt kaynaklı sebeplerine bakıldığında; çalışma süresi, meslek tipi, işin niteliği, iş yerinin özellikleri, rol belirsizliği, iş yükünün yoğunluğu, iş gerilimi, kararlarda fikir belirtememe, örgüt içi ilişkiler, toplumsal ve ekonomik faktörler olarak incelenmektedir (Izgar, 2001).

Tükenmişlik ile ilgili yapılan tez çalışmaları incelendiğinde araştırmacıların tükenmişlik kavramı ile en çok ilişkilendirdikleri ve araştırma yaptıkları kavramların; duygusal emek, işten ayrılma niyeti ve iş doyumunu olduğu görülmektedir. Turizm kavramı ilk olarak 1905 yılında Guyer-Feuler tarafından ortaya atılmış ve tanımlanmıştır. Buna göre; "turizm, gün geçtikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, sanat ve doğadan beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma arzusuna ve doğanın bireylere mutluluk sunduğu inancına dayanmakta olan özellikle sanayi ve ticaretin gelişmesiyle ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir neticesi olarak ulusların birbirlerine daha çok yaklaşmasına imkan tanıyan 'modern' çağa has bir olay" şeklinde tanımlanmaktadır (Kozak vd., 2014: 15). Turizm, insanların kazanç sağlama olayına yönelik olmamak ve sürekli yerleşmemek koşuluyla, yeni yerler görme

isteğinden kaynaklanan yer değiştirme ile ilgili faaliyetleridir (Batman, 2015; Hacıoğlu vd., 2016).

Bazı sektörlerde insan faktörü vazgeçilemez bileşen olarak karşımıza çıkmaktadır ve turizmde bu sektörler arasında yer almaktadır. Çoğunlukla üretimi ve tüketimi eş zamanlı olan turistik ürünün sunumu ciddi özveri ve dikkat gerektirmektedir. Bu sebeple odak noktası insan ve hizmet olan turizm sektöründe iş stresinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Bireylerde yeterli dinlenme sonucu geçmeyen stres, tükenmişlik sendromuna sebep olabilmektedir (Temirkanova & Atay, 2021). Turizm sektöründe iş garantisinin az olması, yoğun çalışma saatlerine sahip olması (Çalışkan, 2019), düşük ücret politikalarının izlenmesi, mevsimsel özellik göstermesi, terfi olanaklarının kısıtlı olması gibi koşullar nedeniyle çalışanlar stres altında iş gereklerini yerine getirmektedirler. Eğer bu durum uzun vadede sonuca ulaştırılmaz ise çalışanlar tükenmişlik sendromu ile karşı karşıya kalabilir (Kılıç, 2020).

Yatkin'in (2017) Kuşadası'nda faaliyet gösteren beş yıldızlı konaklama işletmelerinde yiyecek içecek bölümü çalışanları üzerinde yapmış olduğu araştırmada, çalışanlarda kişisel başarıda azalma hissini iş doyumunu artırdığı, duygusal tükenmedeki artış ile iş doyumunun azaldığı, duyarsızlaşma artığında da iş doyumunun azaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Gökdemir'in (2017) turist rehberleri üzerinde yapmış olduğu araştırmada ise turist rehberlerinin içsel iş doyumları ile kişisel başarıda azalma hissi arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiş, ayrıca tükenmişliğin turist rehberleri üzerinde mesleği bırakma niyetlerine doğrudan etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Yanar'ın (2018) Ege bölgesinde görev yapan turist rehberleri üzerinde yapmış olduğu araştırmada, turist rehberlerinin duygusal emeğin yüzeysel davranış boyutunu yüksek düzeyde gösterdikleri ve bu doğrultuda duyarsızlaşma hissi ve duygusal tükenmişlik içerisinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Kaplan ve Ulutaş'ın (2016) otel çalışanları üzerinde yapmış oldukları araştırmada duygusal emeğin derin davranış boyutunun kişisel başarı hissi boyutu üzerinde ise pozitif yönlü ve anlamlı; duygusal tükenme ve duyarsızlaşma boyutları üzerinde ise negatif yönlü anlamlı etkiye sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca yüzeysel davranış boyutunun sadece duyarsızlaşma boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Temirkanova'nın (2019) Bişkek'te otel çalışanları üzerinde yapmış olduğu çalışmada, çalışanların işten ayrılma niyetleri ile duygusal tükenmişlik düzeyleri ve duyarsızlaşma arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Çolak (2018) seyahat acentesi çalışanları üzerinde yapmış olduğu araştırmada benzer bir şekilde duygusal tükenme ile duyarsızlaşma düzeyleri arttıkça işten ayrılma eğilimlerinde artış olduğunu tespit etmiştir.

3. Yöntem

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi, veri toplama tekniği olarak da doküman inceleme tekniği kullanılmıştır, elde edilen veriler bibliyometrik analiz yöntemi ile yorumlanmıştır. Doküman analizi, araştırılan konuyla alakalı bilgiler içeren

belgelerin incelenmesidir. Doküman analizinde yazılı belgeler, binalar, resimler, yaşam öyküleri vb. durumlar kullanılmaktadır (Karagöz, 2017). Doküman incelenmesinde önemli noktalardan birisi, araştırma konusu ile ilgili veriyi elde edebilecek tarzda tarama işlemi yapmak ve veri kaydı için belirli bir sistem geliştirmektir (Gürbüz & Şahin, 2014).

Bibliyometrik analiz ile diğer alanlarda olduğu gibi turizm alanında yapılan araştırmaların yoğunluğu, hangi teknik ve yöntemler kullanılarak bu çalışmaların gerçekleştirildiği gibi özellikler analiz edilebilmektedir (Yılmaz, 2019). Bibliyometrik yöntem, şeffaf, sistematik ve tekrarlanabilir bir inceleme süreci sunması ve akademik yayınların artış gösterdiği günümüzde bu yayınların takibinin zorlaşması sebebiyle son derece önem arz etmektedir (Bibliometrix, 2022).

Bu araştırmanın evreni 2011 yılı itibariyle yayınlanan ve Yükseköğretim Kurumu Ulusal Tez Merkezi'nde yayına sunulmuş turizm alanında yazılmış tükenmişlik kavramını içeren lisansüstü tezlerden meydana gelmektedir. Bu sebeple örneklem alma yoluna gidilmeyerek tüm araştırma evrenine ulaşılmaya çalışılmıştır. Yükseköğretim Kurumu Ulusal Tez Merkezi'nde tez adı olarak 'tükenmişlik' ifadesi ve konu filtreleme kısmına 'turizm' ifadesi yazılarak yapılmış olan arama işlemi neticesinde 2011 yılından başlayıp 2021 tarihine kadar toplam 44 tezin yayınladığı görülmüştür (Tezlerin son inceleme tarihi: 26.08.2022).

Araştırmada elde edilen veriler; yazar cinsiyetleri, yayın yılı, üniversite, danışman unvanları, danışman cinsiyetleri, örneklem, araştırma yöntemi, veri toplama araçları, hedef kitle ve öneriler kısmı bulunan araştırmacı tarafından oluşturulmuş bir cetvel üzerine yerleştirilerek sonrasında SPSS 20 veri analiz programı kullanılarak Frekans analizi yapılarak elde edilen tablolar neticesinde bulgular değerlendirilmiştir.

4. Bulgular

Bu bölümde Türkiye'de turizm alanında yapılan tükenmişlik konulu lisansüstü tez çalışmalarının doküman inceleme yöntemi ile elde edilen veriler alt amaçlar halinde sınıflandırılmış ve tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 1 incelendiğinde tükenmişlik ile ilişkilendirilen kavramların çoğunluğu (54,8) duygusal emek, işten ayrılma niyeti, çalışanların tükenmişlik düzeyleri ve iş doyumu olduğu görülmektedir. İncelenen bu tez çalışmalarının tür ve yılları bakımından dağılımına Tablo 2'de yer verilmektedir.

Tablo 2 incelendiğinde yapılan tezlerin %18,2'si 2017 yılında yazılmıştır. Tezlerin yapıldığı yıllara göre dağılım tablosu incelendiğinde yüksek lisans tezlerinin çoğu (%21,9'u) 2015 yılında gerçekleştirilmiş, doktora tezlerinin çoğu ise (%75) sırasıyla 2017-2019-2020 yıllarında gerçekleştirilmiştir. Konu popülerliğine bakıldığında 2015-2020 yılları arasında turizm alanında tükenmişlik konusunun yaygın olarak kullanıldığı söylenebilir.

Tablo 1. Konulara Göre Tezlerin Dağılımı

Konu	F	%
Duygusal emek ve tükenmişlik	8	18,3
Çalışanların tükenmişlik düzeyleri	6	13,7
İşten ayrılma niyeti ve tükenmişlik	6	13,7
İş doyumu ve tükenmişlik	4	9,1
İş yaşam dengesi ve tükenmişlik	2	4,5
İş performansı ve tükenmişlik	2	4,5
Çalışma yaşam kalitesi ve tükenmişlik	1	2,3
Estetik emek ve tükenmişlik	1	2,3
İş güvencesizliği ve tükenmişlik	1	2,3
İş ve serbest zaman çalışma düzeyi ve tükenmişlik	1	2,3
Duygusal çelişki ve tükenmişlik	1	2,3
Yaşam doyumu ve tükenmişlik	1	2,3
Toksik liderlik ve tükenmişlik	1	2,3
Kültürel zeka ve tükenmişlik	1	2,3
Yaratıcılık ve tükenmişlik	1	2,3
Hizmetkar liderlik ve tükenmişlik	1	2,3
Otokratik ve demokratik liderlik ve tükenmişlik	1	2,3
Örgütsel adalet ve tükenmişlik	1	2,3
Örgütsel stres ve tükenmişlik	1	2,3
İşe yabancılaşma ve tükenmişlik	1	2,3
Mesleki bağlılık ve tükenmişlik	1	2,3
Motivasyon ve tükenmişlik	1	2,3
Toplam	44	100,0

Tablo 2. Araştırmaya Dahil Olan Tez Çalışmalarının Yıllara ve Türlerine Göre Dağılımı

Yapıldığı Yıl	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	F	%	F	%	F	%
2011	1	3,1	0	0	1	2,2
2012	1	3,1	0	0	1	2,2
2013	3	9,4	0	0	3	6,9
2014	2	6,2	2	16,7	4	9,1
2015	7	21,9	0	0	7	15,9
2016	4	12,5	0	0	4	9,1
2017	5	15,7	3	25	8	18,2
2018	4	12,5	0	0	4	9,1
2019	3	9,4	3	25	6	13,7
2020	2	6,2	3	25	5	11,4
2021	0	0	1	8,3	1	2,2
Toplam	32	100,0	12	100,0	44	100,0

Tablo 3'te tez yazarlarının cinsiyetlerine bakıldığında çoğunluğun (%52,3) erkek bireylerden oluştuğu görülmekte ve bunları kadın yazarların (%47,7) çok az bir farkla takip ettiği görülmektedir.

Tablo 3. Yazar Cinsiyetine Göre Tezlerin Dağılımı

Yazar Cinsiyeti	F	%
Erkek	23	52,3
Kadın	21	47,7
Toplam	44	100,0

Tablo 4'te araştırma kapsamında ele alınan lisansüstü tez çalışmalarının 22 farklı üniversite bünyesinde yapıldığı gözlemlenmektedir. Bu üniversitelerden Balıkesir Üniversitesi (% 11,4), Akdeniz Üniversitesi (% 9,1) ve Atatürk Üniversitesi'nde (% 9,1) yapılan tez araştırmaları bu alandaki çalışmaların yaklaşık olarak %30'unu oluşturmaktadır.

Tablo 4. Hazırlandığı Üniversitelere Göre Tezlerin Dağılımı

Üniversite	F	%
Balıkesir	5	11,4
Akdeniz	4	9,1
Atatürk	4	9,1
Nevşehir Hacı Bektaş Veli	3	6,8
İzmir Katip Çelebi	3	6,8
İstanbul	2	4,5
Afyon Kocatepe	2	4,5
Eskişehir Osmangazi	2	4,5
Selçuk	2	4,5
Aydın Adnan Mendres	2	4,5
Gazi	2	4,5
Dokuz Eylül	2	4,5
Çanakkale 18 Mart	2	4,5
Gaziantep	1	2,3
Sakarya Uygulamalı Bilimler	1	2,3
Nevşehir	1	2,3
Muğla Sıtkı Kocaman	1	2,3
Karabük	1	2,3
Anadolu	1	2,3
Ankara Hacı Bayram Veli	1	2,3
Yozgat Bozok	1	2,3
Süleyman Demirel	1	2,3
Toplam	44	100,0

Tablo 5 incelendiğinde Sosyal Bilimler Enstitüleri turizm alanında yapılan çalışmalar en çok (%93,2) tercih edilen anabilim dalı olmuştur. Lisansüstü Eğitim Enstitüsü %4,5 ile ikinci sırada yer almaktadır.

Tablo 6 incelendiğinde yapılan alan çalışmalarının en fazla (%61,4) Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda yapılmış olduğu

görülmektedir. Turizm İşletmeciliği ve Otelciliği Anabilim dalı ise %22,7 ortalama ile ikinci sırada yer almaktadır.

Tablo 5. Enstitülere Göre Tezlerin Dağılımı

Enstitü	F	%
Sosyal Bilimler	41	93,2
Lisansüstü Eğitim	2	4,5
Eğitim Bilimleri	1	2,3
Toplam	44	100,0

Tablo 6. Anabilim Dallarına Göre Tezlerin Dağılımı

Anabilim Dalı	F	%
Turizm İşletmeciliği	27	61,4
Turizm İşletmeciliği ve Otelciliği	10	22,7
İşletme	3	6,8
Turizm İşletmeciliği Eğitimi	2	4,5
Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği	1	2,3
Rekreasyon	1	2,3
Toplam	44	100,00

Tezlerin türlerine göre dağılımına bakıldığında (Tablo 7); %72,7'sinin yüksek lisans tezi, %27,3'ünün ise doktora tezi olduğu görülmektedir. Yüksek lisans tez çalışmalarında tükenmişlik konusunun yoğun olarak tercih edildiği söylenebilmektedir.

Tablo 7. Türlerine Göre Tezlerin Dağılımı

Tezin Türü	F	%
Yüksek Lisans	32	72,7
Doktora	12	27,3
Toplam	44	100,00

Tablo 8'de çalışmaya dahil edilen tezlerde % 43,2 ile en fazla Dr. Öğretim Üyesi unvanlı kişilerin danışmanlık yaptığı görülmektedir. Tezlerin %29,5'lik diliminde Doç. Dr. unvanlı, %27,3'lük diliminde ise Prof. Dr. unvanlı danışmanlar yer almaktadır.

Tablo 8. Danışmanlara Göre Tezlerin Dağılımı

Danışman Unvanı	F	%
Dr. Öğr. Üyesi	19	43,2
Doç. Dr.	13	29,5
Prof. Dr.	12	27,3
Toplam	44	100,00

Tablo 9 incelendiğinde tez çalışmalarını yürüten danışmanların çoğunun (%65,9) erkek bireylerden meydana geldiği görülmektedir. %34,1'lik kısmını ise kadın danışmanlar oluşturmaktadır.

Tablo 10'da tezlerin çoğunluğunda (%95,5) nicel araştırma yöntemi kullanıldığı görülmektedir. %4,5'lik kısmında ise karma yöntem tercih edilmiştir.

Tablo 9. Danışman Cinsiyetlerine Göre Tezlerin Dağılımı

Danışman Cinsiyeti	F	%
Erkek	29	65,9
Kadın	15	34,1
Toplam	44	100,00

Tablo 10. Kullanılan Araştırma Yöntemlerine Göre Tezlerin Dağılımı

Araştırma Yöntemi	F	%
Nicel	42	95,5
Karma	2	4,5
Toplam	44	100,00

Tablo 11 incelendiğinde Tablo 9'u destekleyen sonuçlar görülmektedir. Nicel araştırma yöntemini kullanan araştırmacılar veri toplama tekniği olarak anket (%95,5) uygulamasını tercih etmişlerdir.

Tablo 11. Veri Toplama Tekniklerine Göre Tezlerin Dağılımı

Veri toplama tekniği	F	%
Anket	42	95,5
Görüşme	2	4,5
Toplam	44	100,00

Tablo 12'ye bakıldığında tezlerin yaklaşık olarak yarısında (%52,9) '301-450' aralığında örneklem sayısı kullanılmıştır. %34,5'lik kısmında ise '151-300' aralığında örneklem sayısı kullanılmıştır.

Tablo 12. Örneklem Büyüklüğüne Göre Tezlerin Dağılımı

Örneklem Büyüklüğü	F	%
1-150	1	2,3
151-300	15	34,5
301-450	23	52,9
451-600	4	9,2
601-750	-	-
751-900	-	-
901-1050	1	2,3
Toplam	44	100,00

Tablo 13 incelendiğinde tezlerde hedef kitle çoğunlukla (65,9) otel çalışanları olarak seçilmiştir. Otel çalışanlarının %20,5'lik bir oranla turist rehberleri takip etmektedir.

Tablo 13. Hedef Kitleye Göre Tezlerin Dağılımı

Hedef Kitle	F	%
Otel çalışanları	29	65,9
Turist rehberleri	9	20,5
Seyahat acenteleri	3	6,8
Animatörler	2	4,5
Yiyecek-içecek işletmesi çalışanları	1	2,3
Toplam	44	100,00

Tablo 14'e bakıldığında tezlerin büyük bir kısmında (%65,9) öneriler kısmı bulunmaktadır. %34,1'lik kısmında ise öneriler kısmı yer almamaktadır.

Tablo 14. Öneriler Kısmına Göre Tezlerin Dağılımı

Öneriler Kısmı	f	%
Var	29	65,9
Yok	15	34,1
Toplam	44	100,00

5. Sonuç ve Öneri

Hizmetler, insanların sosyal ve psikolojik gereksinimlerini karşılamaya yönelik sunulan ürünlerdir. İnsanlar turizm endüstrisi için talepte bulunurken öncelik olarak fiziksel ihtiyaçlarını gidermeyi amaçlanmakta sonrasında ise sosyal ve psikolojik ihtiyaçların karşılanmasını amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda turizm alanında çalışanların davranışsal olarak standardı yakalaması ve müşteri memnuniyetini sağlaması gerekmektedir. Tüm bunlar gerçekleşirken hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti için çalışanların motivasyonu oldukça önem arz etmektedir. İyi planlanmış bir organizasyon ve koordinasyon ile olumlu sonuçlar ortaya çıkabilir.

Türkiye'de 2011-2021 yılları arasında turizm alanında tükenmişlik konusunu ele alan lisansüstü tez çalışmalarının genel eğilimini belirlemeye çalışan bu araştırma Yüksek Öğretim Kurulu veri tabanından ulaşılan 44 tez çalışması önceden belirlenmiş olan kategoriler bazında incelenerek ve elde edilen analiz doğrultusunda bulgulara dair çıkarımlarda bulunulmuştur.

Turizm alanında çalışılan tükenmişlik konusunun yüksek lisans ve doktora tez çalışmalarında Türkiye'de araştırmacıların ilgilendiği ve araştırdığı bir kavram olduğu görülmektedir. Tezlerde tükenmişlik konusunun en çok 2017 yılında çalışıldığı ve 2015'ten 2020 yılına kadar tükenmişlik konusuna ilginin var olduğu tespit edilmiştir. 2017 yılında tükenmişlik konusunun araştırmacıların ilgi odağı olmasındaki en önemli faktör olarak 2015-2016 yıllarında turizm gelirlerinde yaşanan ciddi düşüş gösterilebilir (TÜİK, 2017). Turizm gelirlerindeki bu düşüşte Rusya ile dış politikada yaşanan gelişmeler, artan terör olayları ve 15 Temmuz 2016'da yaşanan darbe teşebbüsünün etkili olduğu söylenebilir. Azalan gelirler nedeniyle turizm sektöründe işveren ve işgören tarafından stresin yaşanabileceği ve dolayısıyla tükenmişliğin artabileceği araştırmacılar tarafından öngörülmüş ve çalışmaların bu sebeple arttığı düşünülebilir. Ayrıca 2021 yılında tükenmişlik konusu ile ilgili turizm alanında yalnızca 1 adet tez yazılmış olması da dikkat çeken bir diğer sonuçtur. 2020 yılında başlayan Covid-19 pandemi süreci ile birlikte turizm sektöründe yaşanan durgunluk sebebiyle bu alanda çalışmalar azalmış olabilir. Bunun yanı sıra yaşanan pandemi süreci ile birlikte lisansüstü eğitimde öğrencilere kayıt dondurma hakkı verilmesinden kaynaklı da çalışmalar azalmış olabilir.

Yazar cinsiyetleri ve danışman cinsiyetlerine bakıldığında çoğunluğun erkeklerden oluştuğu görülmüştür. Bazı çalışmalar tükenmişlik ile cinsiyet değişkeninin ilişkili olmadığını

(Dolunay, 2002; Kırılmaz vd., 2003), bazı çalışmalar ise erkek bireylerin, kadın bireylere nazaran daha çok tükenmişlik yaşadıkları sonucuna ulaşmıştır (Ağaoğlu vd.,2004). Bu sebeple erkek yazar ve danışmanların tükenmişlik konusuna dair daha fazla farkındalıkları ve ilgileri olduğu söylenilebilir.

Turizm alanında tükenmişlik konulu tezlerin yaklaşık olarak yarısı (%43,2); Balıkesir Üniversitesi, Akdeniz Üniversitesi, Atatürk Üniversitesi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi ve İzmir Katip Çelebi Üniversitesinde çalışılmıştır. Bunun nedeni, bu üniversitelerin bulunduğu illerde yaz turizmi (Balıkesir, Antalya, İzmir) ve kış turizminin (Erzurum, Nevşehir) olması olabilir.

Tez çalışmaları en fazla SBE bünyesinde yapılmıştır. Sosyal bilimlerin konusunu insan yaşamı ve toplum oluşturması sebebiyle tercih edilebilirliği daha fazladır. Tezlerin büyük çoğunluğunda nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nicel araştırma yönteminin tercih edilme sebebi nitel yöntem nazaran güvenilirlik ve geçerliliğinin daha basit sağlanmasından kaynaklanıyor olabilir. Aynı zamanda yöntem olarak nitel araştırma, nicel araştırmaya nazaran daha meşakkatli ve uzun bir zaman aldığından tercih edilmiyor olabilir (Kütükcü, 2017). Veri toplama tekniği olarak tezlerde en fazla anket tekniğinin tercih edildiği görülmektedir.

Anabilim dallarına bakıldığında yarısından fazlasının Turizm İşletmeciliği ve Turizm İşletmeciliği ve Otelciliği Anabilim dallarından oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır. Birçok üniversitede turizm alanında bu anabilim dallarında eğitimin daha yaygın olması tercih sebebi olabilir. Bir diğer sebep 13.11.2009 tarihi itibarıyla Turizm Fakültelerinin kurulmuş olmasıdır (Resmi Gazete, 2009). Dolayısıyla turizm alanındaki diğer bölümler (rekreasyon, yiyecek içecek işletmeciliği, seyahat işletmeciliği ve turist rehberliği vb.) Turizm Fakültesi bünyesinde bu tarih itibarıyla yer almaya başlamıştır. Bu bağlamda yeni oluşum sayılabilecek bu bölümlerin lisansüstü eğitim alanlarının sınırlı sayıda olması araştırmacıları Turizm İşletmeciliği ve Turizm İşletmeciliği ve Otelciliği anabilim dallarında eğitim almaya yöneltmiş olabilir.

Bu çalışma kapsamında incelenen tez çalışmalarının yarısından fazlası (%65,9) otel çalışanlarını hedef kitle olarak seçmiştir. Konaklama işletmeleri türleri arasında yer alan otel işletmeleri sunmuş olduğu tüm hizmetleri çalışanları doğrultusunda gerçekleştirebilmektedir. Otel çalışanlarının varlığı ve devamlılığı otel işletmesinin başarısı için doğrudan ilişkili bir faktördür. Dolayısıyla otel çalışanlarının iş verimliliği ve tükenmişlik düzeyleri incelenen tez çalışmalarında saptanmaya çalışılmıştır. Diğer hedef kitle seçimlerine bakıldığında turist rehberleri ikinci sırada (%20,5) yer almakta olup turist rehberleri, ülke kültürünün turiste aktarılmasında ve turist memnuniyetinin sağlanması noktasında önemli bir role sahiptir. Turist rehberlerinin yoğun duygusal emek harcadıkları düşünüldüğünde tükenmişlik düzeylerine yönelik tez çalışmaları farkındalık için önemlidir.

Tezlerde tükenmişlik ile çalışılan diğer kavramlar incelendiğinde; işten ayrılma niyeti, duygusal emek, iş doyum gibi kavramların çalışıldığı görülmektedir. Tükenmişliğin öncülleri ve sonuçlarına bakıldığında duygusal emek kavramının öncül, işten ayrılma niyeti ve iş doyum

kavramlarının ise sonuç olduğu bilinmektedir (Singh vd., 1994; Brown & Peterson, 1993). Bu bilgi ışığında yola çıkarak bu konuların çalışmalarda daha fazla tercih edildiği söylenebilir.

İncelenen tez çalışmalarının örneklem sayısına bakıldığında yarısı (%52,9) örneklem sayısı olarak 301-450 adet aralığını seçmiştir. Evreni temsil eden örneklem sayısını hesaplayan daha önceki çalışmalar 1 milyon ile 100 milyon arasında evrene sahip bir çalışmanın örneklem sayısının en az 384 olması gerektiğini söylemektedir (Altunışık vd., 2007). Tezlerin %65,9'unda öneriler kısmı yer almaktadır. Tezlerinde öneriler kısmına yer veren araştırmacıların, gelecek araştırmacılara, firmalara, çalışanlara daha fazla katkı ve destek sağlayacağı aşikardır. Tezler incelendiğinde bazı araştırmacıların "sonuç" başlığı altında önerilerde bulunduğu saptanmıştır. Daha anlaşılabilir ve ulaşılabilir olması adına önerilerin, "sonuç ve öneriler" ya da "öneriler" başlığı altında belirtilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir. Araştırmacılar, tez yazım sürecinde danışman hocaları tarafından bu konuda yeterince bilgilendirilmelidir. Öneriler kısmının yer almamasının bir diğer sebebi ise çalışmayı yapan kişilerin araştırma bulgularını yeterince anlayamamaları ve yorumlayamamaları olabilir.

Güncel araştırma konuları olarak pozitif-negatif duygusal, psikolojik dayanıklılık, algılanan örgütsel destek gibi kavramlar tükenmişlik ile ilişkilendirilip, araştırma konusu olarak incelenebilir. Tezlerde nitel yöntemin neredeyse hiç kullanılması sebebiyle, alanda tükenmişlik ile çalışma yapacak olanlar nitel yöntemi tercih edebilirler. Tükenmişlik konusu ile ilgili sempozyum ve konferanslar yapılabilir. Böylece konuya dikkat çekilerek yüksek lisans ve doktora çalışmaları teşvik edilebilir. Ayrıca tezlerde evren ve örneklem sayısı artırılarak daha kapsamlı çalışmalar yapılabilir.

Gelecek araştırmacılar yıl aralığını farklılaştırarak yeni araştırmalar yapabilirler ve tükenmişlik konusu gibi turizm alanında popüler olan duygusal emek, iş tatmini, işten ayrılma niyeti vb. konularda araştırmalar yapabilirler. Bunun yanı sıra turizm alanı konu filtrelemesini, sağlık, eğitim alanı gibi diğer hizmet sektörü alanları şeklinde filtreleyerek yeni araştırmalar yapılabilir. Aynı zamanda turizm alanında tükenmişlik konusu ile ilgili makale çalışmaları incelenebilir.

Etik Beyan

Bu çalışmada kullanılan veriler ikincil kaynaklardan elde edildiğinden etik kurul raporu gerekmemiştir. Aksi bir durumun tespiti halinde TO&RE Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazar (lar) ına aittir.

Yazar Katkı Beyanı

1. Yazarın katkı oranı %60, 2. Yazarın katkı oranı ise %40'dır.

Çıkar Beyanı

Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Kaynakça

- Ağaoğlu, E., Ceylan, M., Kasım, E., & Madden, T. (2004). Araştırma Görevlilerinin Kendi Tükenmişlik Düzeylerine İlişkin Görüşleri, *XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı*, Malatya.
- Al, U. & Coştur, R. (2007). Türk Psikoloji Dergisi'nin Bibliyometrik Profili. *Türk Kütüphaneciliği*, 21(2), 142-163.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*, Sakarya Kitabevi, Sakarya.
- Aydın, A. U., & Akgemci, T. (2020). Tükenmişlik Sendromunun İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkileri: Bankacılık Sektörü Çalışanları Örneği, *Strategic Public Management Journal*, 6(11), 103-114.
- Batman, O. (2015). *Otel İşletmelerinin Yönetimi*, Değişim Yayınları, İstanbul.
- Behar, R. (2007). *Endüstri İşletmelerinde Çalışma Koşullarının, İşgörenler Üzerindeki Yabancılaşma Etkisi ve Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bostancı, Ö. (2014). *Kamu Hastanelerinde Çalışan Diyetisyenlerde Tükenmişlik Düzeyinin Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma; Ankara İli Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Ankara.
- Brown, S.P. & Peterson, R.A. (1993). Antecedents and Consequences of Salesperson Job Satisfaction: Meta-Analysis and Assessment of Causal Effects, *Journal of Marketing Research*, Vol. XXX, February, 63-77.
- Chiang, F.F., Birtch, T. A., & Kwan, H. K. (2010). The Moderating Roles of Job Control and Work-Life Balance Practices on Employee Stress in The Hotel and Catering Industry, *International Journal of Hospitality Management*, 29(1), 25-32.
- Çalışkan, N. (2019). *Konaklama İşletmeleri Çalışanlarının Örgütsel Değişim ve İş Güvenesizliği Alguları Arasındaki İlişkide İstihdam Edilebilirliğin Düzenleyici Rolü*, Doktora Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Çolak, U. (2018). *Liderlik Davranış Tarzlarının Seyahat Acentesi Çalışanlarının Örgütsel Tükenmişlik ve İşten Ayrılma Eğilimleri Üzerindeki Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Dolunay, A. B. (2002). Keçiören İlçesi Genel Liseler Ve Teknik-Ticaret-Meslek Liselerinde Görevli Öğretmenlerde Tükenmişlik Durumu” Araştırması, *Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Mecmuası*, 55(1), 51-62.
- Eren, V. & Durna, U. (2006). Üç Boyutlu Bir Yaklaşım Olarak Örgütsel Tükenme, *Selçuk Üniversitesi Karaman. İ.İ.B.F. Dergisi*, 10(9), 40-51.
- Gorji, M. (2011). The Effect of Job Burnout Dimension on Employees' Performance, *International Journal of Social Science and Humanity*, 1(4), 243-246.
- Gökdemir, S. (2017). *Turist Rehberlerinde İş Doyumu ve Tükenmişlik İlişkisi: Bir Alan Araştırması*. Doktora Tezi. Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Hacıoğlu, N., Bozkurt, M., & Şahin, B. (2016). *Genel Turizm*, Paradigma Akademik Yayınları, İstanbul.
- Hall, C. M. (2011). Publish and Perish? Bibliometric Analysis, *Journal Ranking and The Assessment of Research Quality in Tourism. Tourism Management*, 32(1), 16-27.
- Izgar, H. (2001). *Okul Yöneticilerinde Tükenmişlik*, Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Kang, B., Twigg, N. W., & Hertzman, J. (2010). An Examination of Social Support and Social Identity Factors and Their Relationship to Certified Chefs' Burnout, *International Journal of Hospitality Management*, 29(1), 168-176.
- Kaplan, M., & Ulutaş, Ö. (2016). Duygusal Emegin Tükenmişlik Üzerindeki Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 165-174.
- Karagöz, Y. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği*, Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Kaya, U., & Özhan, Ç. K. (2012). Duygusal Emek ve Tükenmişlik İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma, *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 3(2), 109-130.
- Kılıç, Y. (2014). Turizm Sektörü İstihdamının Eğitim Durumu ve İnsan Gücü Planlaması, *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 419-436.
- Kılıç, İ. (2020). Turizm Alanyazınında Tükenmişliğin Öncülleri Ardılları ve Model Önerileri, *Tourism and Recreation*, 2(2), 118-124.
- Kırılmaz, A.Y., Çelen, Ü., & Sarp, N. (2003). İlköğretimde Çalışan Bir Öğretmen Grubunda “Tükenmişlik Durumu” Araştırması, *İlköğretim Online*, 2(1), 2-9.
- Kızanlıklık, M., & Ünlüönen, K.(2016). Otel İşletmelerinde Davranış Kuralı Algısı ve İş Doyumunun Duygusal Emek Davranışı Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi, *Ege Akademik Bakış*, 16(3), 503-518.
- Kozak, N., Kozak, M. A., & Kozak, M. (2014). *Genel Turizm-İlkeler Kavramlar*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Küttükcü, A. (2017). Türkiye’de Kadın Liderlik Alanında Yapılan Lisansüstü Tezlerin İncelenmesi, *Kadın Araştırmaları Dergisi*, (15), 26-47.
- Leiter, M. P., Maslach, C., & Frame, K. (2014). Burnout. *The encyclopedia of clinical psychology*, 1(7).
- Maslach, C., Jackson, S. E., & Leiter, M. P. (1997). Maslach Burnout Inventory, *Evaluating stress: A Book of Resources*, (3), 191-218.
- Maslach, C., Schaufeli, W. B., & Leiter, M. P. (2001). Job Burnout, *Annual Review of Psychology*, 52(1), 397-422.
- Pienaar, J., & Willemse, S. A. (2008). Burnout, Engagement, Coping and General Health of Service Employees in The Hospitality Industry, *Tourism Management*, 29(6), 1053-1063.
- Pines, A., & Aronson, E. (1988). *Career Burnout: Causes and Cures*, Free Press, New York.
- Singh, J., Goolsby, J.R. & Rhoads, G.K. (1994). Behavioral and Psychological Consequences of Boundary Spanning Burnout for Customer Service Representatives, *Journal of Marketing Research*, 31(4), 558-69.
- Sakar, G. D., & Cerit, A. G. (2013). Uluslararası Alan İndekslerinde Türkiye Pazarlama Yazını: Bibliyometrik Analizler ve Nitel Bir Araştırma, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(4), 37-62.
- Temirkanova, Z. (2019). *Otel Çalışanlarında Tükenmişlik ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Bişkek Oteller Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Temirkanova, Z., & Atay, L. (2021). Otel Çalışanlarında Tükenmişlik ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Bişkek'te Bir Araştırma, *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(2), 1423-1435.
- Turan, A. (2014). Turizm Konulu Yüksek Lisans Tezlerinin Bibliyometrik Özellikleri (1984- 2013). VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi: 3-15, 04-05 Nisan 2014, Kuşadası, Aydın.

- Üngüren, E., Doğan, H., Özmen, M. & Tekin, Ö.A. (2010). Otel Çalışanlarının Tükenmişlik ve İş Tatmin Düzeyleri İlişkisi, *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 5(17). 2932-2937.
- Yanar, R. (2018). *Duygusal Emek ve Tükenmişlik İlişkisi: Ege Bölgesi'nde Görev Yapan Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Yatkin, Ö. (2017). *Konaklama İşletmelerinde Yiyecek İçecek Bölümü Çalışanlarının İş Doyumu ile Tükenmişlik Düzeyi: Kuşadası'nda Faaliyet Gösteren Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Yılmaz, İ. (2019). Bibliometric Analysis of Bibliometric Studies on Tourism Published in Turkey, *Anais Brasileiros De Estudos Turísticos*, 9, 1-9.
- Resmi Gazete, (Ağustos, 2022). *Turizm Fakültelerinin Kurulması*. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2009/11/20091113-4.htm>, Erişim Tarihi: 29.08.2022.
- Bibliometrix, (Aralık, 2022). *Bibliyometrik Yöntemin Önemi*. <https://www.bibliometrix.org/home/>, Erişim Tarihi: 20.12.2022.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), (Aralık, 2022). *Turizm İstatistikleri*, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-IV.Ceyrek:-Ekim-Aralik-ve-Yillik,-201624590#:~:text=Turizm%20geliri%202016%20y%C4%B1nda%20bir,107%20milyon%20440%20bin%20%24%20oldu>, Erişim Tarihi: 20.12.2022.
- Yükseköğretim Kurulu (YÖK), (Aralık, 2022). *Araştırmada İncelenen Tezlere Erişim*. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>, Erişim Tarihi: 26.08.2022.



Tourism and Recreation

<https://dergipark.org.tr/tourismandrecreation>

E-ISSN: 2687-1971

Afyonkarahisar'ın geriatri (ileri yaş) turizmi ve erişilebilir turizm açısından değerlendirilmesi

Evaluation of Afyonkarahisar in terms of geriatric tourism and accessible tourism

Engin Aytekin

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği, eytekin@aku.edu.tr, 0000-0002-0296-7368

MAKALE BİLGİSİ/ARTICLE INFO

İnceleme Makalesi / Review Article

Anahtar Kelimeler:

Geriatric Turizm, Erişilebilir Turizm, Afyonkarahisar

Key Words:

Geriatric Tourism, Accessible Tourism, Afyonkarahisar

Gönderme Tarihi/Received Date:
28.03.2023

Kabul Tarihi/Accepted Date:
14.06.2023

Yayımlanma Tarihi/Published Online:
30.06.2023

DOI:
[10.53601/tourismandrecreation.1272483](https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1272483)

ÖZET

Dünya nüfusu hızla yaşlanmaktadır. Bu sonuç, geriatri (ileri yaş) turizmi ve erişilebilir turizm gibi niş pazar segmentlerini de beraberinde getirmektedir. Destinasyonlar bu öne çıkan pazarlardan pay almak için bir an evvel harekete geçmelidir. Bu çalışmanın amacı Afyonkarahisar'ın geriatri (ileri yaş) turizmi ve erişilebilir turizm açısından değerlendirilmesidir. Diğer bir amaç ise, bahsi geçen turizm çeşitleri bağlamında şehrin paydaşlarına pratik önerilerde bulunmaktır. Bu araştırma nitel bir çalışmadır. Bu çalışma, Afyonkarahisar'daki 5 yıldızlı otellerin ve yerel seyahat acentalarının web sitelerinin incelenmesi için içerik analizi ve restoran işletmelerinin araştırılması için de saha incelemesini içermektedir. Çalışmanın sonuçlarına göre, seyahat acentalarının bilgilendirme çalışmalarına önem vermedikleri, niş bir pazar olarak nitelendirmedikleri ve engelli turizmüne yönelik reklam ve promosyon çalışmaları yapmadıkları ortaya çıkmıştır. Yiyecek içecek işletmelerinin yaşlı ve engelliler için işletmeye erişim başta olmak üzere uygun iyileştirmeler yapmaları gerektiği sonucuna varılmıştır. Çalışmanın literatüre, yerel işletmelere ve diğer paydaşlara ışık tutacağı düşünülmektedir.

ABSTRACT

The world population is aging rapidly. This result brings with it niche market segments such as geriatric (advanced age) tourism and accessible tourism. Destinations should act as soon as possible to get a share from these prominent markets. The aim of this study is to evaluate Afyonkarahisar in terms of geriatric tourism and accessible tourism. Another aim is to make practical suggestions to the stakeholders of the city in the context of the mentioned tourism types. This research is a qualitative study. This study includes content analysis for examining the websites of 5star hotels and travel agencies in Afyonkarahisar and field examination for investigation of restaurant businesses. According to the results of the study, it was revealed that travel agencies did not give importance to information activities, they did not regard it as a niche market and they did not carry out advertising and promotional studies for disabled tourism. It was concluded that food and beverage businesses should make appropriate improvements, especially access to business for the elderly and disabled. It is thought that the study will shed light on literature, local enterprises and other stakeholders.

1. Giriş

Birleşmiş Milletler'e bağlı Çalışan Ekonomik ve Sosyal İşler Dairesi (Department of Economic and Social Affairs), dünyada bugün 65 yaş ve üzerinde 703 milyon insan bulunduğunu ve bu sayının 2050 yılına kadar 1,5 milyara ulaşacağını tahmin edilmektedir. Ayrıca, Ekonomik ve Sosyal İşler Dairesi Nüfus Bölümü'nün son nüfus tahminlerine göre, 2019'da 11'de 1 olan 65 yaş ve üstü bireylerin, 2050 yılında ise dünyadaki her 6 kişiden 1'inin 65 yaşın üzerinde olacağı düşünülmektedir. Son tahminler de önümüzdeki 30 yılda 80 yaş ve üzerindeki insan sayısının üç katına çıkacağını göstermektedir. Bu bilgilere göre, birçok bölgede 65 yaşındaki nüfusun 2050 yılına kadar ikiye katlanacağı iddia edilmektedir (United Nations, 2019). Bu durum, sosyal ve ekonomik faaliyetler de dâhil olmak üzere

insan yaşamının birçok yönü için derin etkiler barındırabilir. Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization, 2002), insanlar yaşlandıkça yaşam kalitesini iyileştirmek için sağlık, katılım ve güvenlik fırsatlarını en üst seviyeye çıkarma sürecini "aktif yaşlanma" olarak tanımlamıştır. Bu bakış açısına göre, turizm faaliyetleri, yaşlıların topluma katılımlarını sağlayabilecekleri ve yaşam kalitelerini artıracakları önemli bir aracı temsil etmektedir. Aktif yaşlanma hem bireyleri hem de tüm nüfus gruplarını ifade etmektedir. İnsanların yaşamları boyunca fiziksel, sosyal ve zihinsel refah potansiyellerini gerçekleştirmelerine ve yardıma ihtiyaç duyduklarında onlara yeterli koruma, güvenlik ve bakım sağlarken ihtiyaçlarına, arzularına ve kapasitelerine göre topluma katılmalarına olanak tanımaktadır (World Health Organization, 2002). Turizm faaliyetlerine katılım, yaşlı bireylerin aktif kalmaları,

Sorumlu yazar /Corresponding author.

Dr. Öğretim Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği, eytekin@aku.edu.tr, 0000-0002-0296-7368

sosyal bağlantılar kurmayı öğrenmeleri ve yaşam kalitelerini iyileştirmeleri açısından değerli bir araç olarak görülmektedir. Ek olarak, son araştırmalar, turizm ile gelecekteki insan yaşamında iyi olma (Morgan vd., 2015) ve turizm ile sağlıklı yaşlanma (Ferrer vd., 2016) arasında yakın bir bağlantı olduğunu iddia etmektedir.

Yaşlı ve engelli turizmi, bu grubun yaş, hastalıklara yakalanma riski ve işlevsel engellilik gibi belirli özelliklerine göre birçok hizmet çeşidini kapsamaktadır. Hem yaşlı hem de engelli turizmi, turları, meslek terapileri, huzurevleri ve klinik rehabilitasyon hizmetleri gibi faaliyetleri içermektedir. Özel bakım ve tedavi hizmeti alınmasını zorunlu kılması nedeniyle, geriatri turizmi diğer sağlık turizmi kategorilerine göre daha uzun süreli konaklamalar gerektirmektedir (COMCEC, 2020).

Turizm yaşa bakılmaksızın her bir bireyin sahip olduğu haktır ve turizm işletmelerinin erişilebilir turizm pazarının bir parçası olarak engellileri ve yaşlıları bu haktan faydalandırmaları zorunludur. Bu nedenle, Avrupa Komisyonu (2023) yayınladığı “Herkes için Turizm” isimli bildiriye, tüm turizm işletmeleri ve kurumlarından evrensel olarak erişilebilir olmayı ve engelsiz turizm yaratmayı hedeflemesini beklemektedir. Bunun sonucu olarak, fiziksel kısıtlamaları, engelleri veya yaşları ne olursa olsun turistik yerlerin, ürünlerin ve hizmetlerin tüm insanlar tarafından erişilebilir olmasını sağlamak anlamına geldiğini de vurgulamaktadır. UNWTO (2016a) tarafından (Dünya Turizm Örgütü) basılan Herkes İçin Erişilebilir Turizm El Kitabı (Manual on Accessible Tourism for All)’na göre, erişilebilir turizm, turizm destinasyonlarından herkesin eşit şekilde yararlanmasını sağlamayı amaçlamaktadır. Hemen hemen her bireyin yaşamlarının bir aşamasında erişim gereksinimleri olacağı ihtimal dahilindedir. Bu erişim ihtiyacı kalıcı veya geçici olarak bir hastalık, kaza veya yaralanma sonucunda ortaya çıkmış olabilir. Engelliler ve yaşlıların erişim gereksinimleri, aile, arkadaşlar veya birlikte seyahat ettikleri bir kişi aracılığıyla sağlanabilir. Sonuç olarak, erişim gereksinimi ihtiyacı duyan bireylerin de seyahat ettikleri ve turizm faaliyetlerine katılım gösterdiğinden hareketle, seyahat ve turizm endüstrisi ve destinasyon yönetimi için insanların bu gereksinimlerini karşılamaya yönelik çözüm, evrensel tasarım ilkelerinin uygulanmasından geçmektedir. Diğer bir bakış açısıyla, herkes için bir erişilebilirliği sağlamakla mümkün olacaktır. Dahası, erişilebilir turizm, evrensel olarak tasarlanmış turizm ürünleri, hizmetleri ve ortamlarının sunulması yoluyla hareket, görme, işitme ve erişimin bilişsel boyutları dâhil olmak üzere erişim gereksinimleri olan kişilerin bağımsız ve eşitlikçi ve saygın bir şekilde çalışmasını sağlamaktır (World Health Organization, 2007). Bu tanım, bebek arabasında seyahat eden çocuklarla engelliler ve yaşlılar dâhil tüm insanları kapsamaktadır. Ek olarak, yaşlanma ve engellilik arasında, insanlar yaşlandıkça artan engellilik oranı ve daha yüksek kaliteli yaşam ve gelir seviyelerine göre daha düşük engellilik oranları ile önemli bir ilişki görünmektedir (Vila vd., 2015). Bu bağlamda, çalışma kapsamında yer alan kavramlara yönelik literatür taraması yapılmış, konuyla ilgili gerçekleştirilmiş olan ulusal ve uluslararası çalışmalara yer verilmiştir. Bu çalışma, Afyonkarahisar’ın geriatri (ileri yaş) turizmi ve erişilebilir turizm açısından değerlendirilmesi amacıyla yazılmıştır ve şehrin paydaşlarının bu çerçevede neler yapabileceklerine dair

önerilerde bulunulmuştur. Bu çalışmanın Afyonkarahisar’ın geriatri (ileri yaş) turizmi ve erişilebilir turizm pastasından daha fazla pay alabilmesi açısından bir rehber olabileceği düşünülmektedir.

2. Kavramsal/Kuramsal Çerçeve

2.1. Geriatri Turizmi

Geriatri turizmi literatürde birçok bağlamda kullanılmakta olup Zorlu (2018), Türkçede ileri yaş turizminin “3. yaş turizmi, geriatri turizmi, yaşlı bakımı turizmi, 3. yaş baharı turizmi, yaşlı turizm” gibi farklı isimlerle adlandırıldığını, ayrıca yabancı alanyazında ise “third age tourism, mature tourism, silver tourism, age friendly tourism, active aging tourism, grey tourism, senior tourism” şeklinde ele alındığını bildirmektedir.

Turizm sektörünün demografik, kültürel ve ekonomik eğilimlerden ciddi ölçüde etkilendiği düşünülmektedir. Son yıllarda, dünya genelinde yaşanan demografik değişimler üzerine önemli tartışmalar yaşanmakta olup birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülke, yaşlanan nüfusla mücadele etmektedir (Nella & Christou, 2016). Örneğin, İspanya’da 2050 yılına kadar her iki kişiden birinin 50 yaş ve üzerinde olacağı, bu nedenle ülkenin en yaşlı nüfusa sahip ülkelerinden biri olacağı tahmin edilmektedir (United Nations, 2013). Aynı şekilde, Tayland’da da yaşlı nüfus artmakta böylece destinasyonun 60 yaş ve üzeri nüfusu, ülke nüfusunun %10’unu oluşturmaktadır. Ayrıca önümüzdeki üç yıl içinde ilgili ülkede bu oranın %20’ye çıkacağı tahmin edilmektedir. Bu nedenle turizm sektörü, artan yaşlı nüfusla birlikte büyümekte ve özellikle yaşlı turistler için turistik cazibe merkezleri geliştirilmektedir. Ancak, yaşlı turistlerin birçoğu sağlık sorunları nedeniyle uzun mesafeler kat edememekte olup seyahatlerinde bir yol arkadaşı veya bakıcıya ihtiyaç duymaktadır (Wongsamang & Khankhang, 2019). Schröder & Widmann (2007) tarafından yapılan araştırmada, geriatri turizminin ilgili sektörde en hızlı büyüyen ve önemli bir pazar olduğunu ortaya koymaktadır. Bu nedenle, özellikle Gamble, L’Oreal ve Unilever gibi şirketler, yaşlı nüfusa hitap eden ürünler ve kampanyalar başlatarak pazar eğilimlerine uygun stratejiler planlamaktadırlar. Bununla birlikte, birçok reklam şirketi turizm ve seyahat reklamlarında yaşlı modelleri kullanarak bu pazarın potansiyelini değerlendirmektedir (Patterson, 2006).

Erdem (2015), dünya genelinde yaşlanan nüfus oranının yükseldiğini ve 50 yaş üstü bireylerin daha eğitimli ve sağlıklı olduklarını belirtmektedir. Bu bireyler, ekonomik gelişmeler sayesinde daha aktif ve lüks hizmetlere ilgi duymaktadırlar. Bu kişiler genellikle emekli oldukları için bu bireylerin daha fazla serbest zamanları bulunmaktadır. Bu nedenle, bu grup turizm sektörü için önemli bir pazar oluşturmaktadırlar. Destinasyonlar, turizm talebindeki değişikliklere uygun olarak hizmetlerini her yaş grubuna göre uyarlamalıdır. Yaşlılar için hizmet sunan geriatri pazarı, istikrarlı ve artan bir büyüme potansiyeline sahiptir ve turizm işletmeleri için ciddi bir kazanç kaynağı olabilir niteliktedirler (Horneman vd., 2002; Green, 2005).

Tsartsara (2018), yaşlı bireylerin seyahat tercihleri hakkında, daha düşük fiyatlar, grup halinde seyahat etme,

yaşamı zenginleştiren deneyimler ve tıbbi eğitim almış bir kişinin her zaman yaşlı kişilerle birlikte seyahat etmesi gibi dört temel motivasyondan bahsetmektedir. Darcy (2010), geriatrik turizmde seyahat edenlerin, yaşlanma nedeniyle bozulan fiziksel ve zihinsel sağlıklarını gençleştirici deneyimlerle iyileştirmek istediklerini ve seyahat motivasyonlarının genç kesimden farklı olmadığını belirtmektedir. Sikder (2010) ise geriatrik turizmin hareketlilik sağlayan ulaşım konusuna odaklanarak yaşlı turistler için önemini vurgulamaktadır. Özellikle yaşlılar için, ulaşım fiziksel ve ruhsal durumları nedeniyle daha da anlamlıdır. Batı Avrupa ülkeleri, Kuzey Amerika ve Avustralya'da yaşlı nüfusun arttığı ve 65 yaş ve üstü nüfusun 2051 yılına kadar 1999'a göre en az iki katına çıkacağı öngörülmektedir. Bu nedenle, yaşlıların seyahat tercihlerinin anlaşılması önem kazanmıştır. Yaşlıların sosyal etkinliklere katılımı, hareketlilik içeren etkinliklerin ölüm oranını azalttığı için yaşam kalitesi açısından önemlidir. Boonpat vd. (2022), yaşlıların pazar bölümlendirilmesinde üç gruba ayrılabilirliğini belirtmiştir. En iyi grup olarak adlandırılan ilk grup, 51-56 yaş aralığındadır ve modernlik, teknoloji, sağlık hizmetleri, iç ve dış imaj ve kişisel gelişim konularına önem vermektedir. Parlak grup olarak adlandırılan ikinci grup, 55-62 yaş aralığındadır ve doğal kaynaklardan sağlık hizmetlerine odaklanmayı planlamaktadır. Temel grup olarak adlandırılan üçüncü grup ise 61-69 yaş aralığındadır ve emeklidir.

Yaşlı nüfusun artması, turizm araştırmacılarının, hizmet sağlayıcılarının ve hükümetlerin ilgisini çekmektedir (Glover & Prideaux, 2009). Martin & Preston (1994), günümüz emeklilerinin geçmişe göre daha zengin, daha iyi eğitilmiş, daha özgür ve yükümlülüklerden daha bağımsız olduklarını belirtmektedir. Bu nedenle, yaşlı yetişkinlerin tatil yapma biçimleri ve pazar bölümlendirme çalışmaları üzerinde araştırmalar yoğunlaşmaktadır (Schröder & Widmann, 2007). Ünlüöner vd. (2007) ise yaşlı kişilerin emeklilik sonrası bolca boş zamanları olduğu ve yeterli gelirleri sayesinde turizm sektörü için büyüyen bir müşteri potansiyeli sunduğunu ifade etmiştir.

Geriatri turizmi pazarındaki eğilimlerin sürekli izlenmesi, turizm pazarlaması için önemli bir temel oluşturabilir ve geriatri turizm pazarı, özelleştirilmiş pazarlama planları hazırlaması ve yürütmesi gereken turizm pazarlamacıları için ayrı bir hedef grubu olarak görülmelidir (Nella & Christou, 2016). Başka bir ifade ile, geriatri turizmi bir niş pazar olarak nitelendirilebilir. Çünkü niş pazarlar diğer pazarlara kıyasla daha az rakip ile mücadele içinde yer alırlar (Toften & Hammervoll, 2009). Bunun sonucunda ise işletmeler daha küçük pazarlara odaklandıkları için müşteri bulmaları kolaylaşmaktadır (Uğurlu & Kafa, 2016). Hem geriatri hem de engelli turizmi bu bağlamda ele alınabilir.

Diğer yandan, destinasyonların geriatri pazarına daha fazla önem vermesi gerekmektedir. Çünkü yaşlı turizm pazarı, sağlık koşullarının iyileşmesi ve insan ömrünün uzaması nedeniyle giderek büyümektedir (Tek, 2018). Bu durum, toplumda 65 yaş ve üstü bireylerin oranının artmasına ve sağlık hizmetlerindeki gelişmelere bağlı olarak bu yaş grubunda çeşitli hastalıkların sayısının azalmasına neden olmaktadır. Bu gelişmeler, daha aktif, dinamik ve canlı bir yaşlı nüfusun ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Araştırmalara göre, yaşlı turizmi pazarının

gelecekte büyüme potansiyeli oldukça yüksektir ve diğer turizm segmentlerinden farklıdır (Nella & Christou, 2016; Boonpat vd., 2022). Bunun temel nedeni ise yaşlı turistlerin, genel turistlerden farklı turizm biçimlerine ve davranışlarına sahip olmalarıdır. Örneğin, yaşlı turistler, duygu yerine mantıkla hareket ederler ve memnuniyetlerini ön planda tutarlar. Ayrıca, yaşlı turizm pazarı, uzun molalar veren, yüksek fiyatlı hizmetlere yönelen ve satın alma imkanları yüksek olan bir pazardır (Horneman vd., 2002).

Turizm sektörü, yaşlanan nüfusun artmasıyla birlikte yaşlı turistleri çekmek için özel turizm paketleri sunarak fırsatları değerlendirmeye başlamıştır. Bu amaçla, yaşlı turistlerin özel ihtiyaçlarına uygun hizmetler, özel konumlandırma, promosyon ve reklam stratejileri, uygun fiyatlandırma ve dağıtım stratejileri sunularak bir pazarlama karması oluşturulmaktadır (Nella & Christou, 2016). Yaşlı bireyler turizm endüstrisi için çekici bir pazar segmenti haline gelmiştir. Çünkü kaliteli hizmetler için genç nesillere göre daha fazla harcama eğiliminde, daha fazla boş zamanları ve yoğun olmayan sezonda seyahat etme imkanları bulunmaktadır. Bu nedenle, yaşlı turistler, turist akışlarını mevsimsellikten arındırmaya ihtiyaç duyan ve daha fazla kalite odaklı turistler çekmek isteyen destinasyonlar için ilgi çekici bir hedef oluşturmaktadır.

Hongsranagon (2006) Tayland'ın Japon turistleri hedefleme potansiyelini incelemiş ve Japon yaşlıların değerli bir niş hedef pazar oluşturduğu sonucuna varmıştır. Neves (2008) ise Portekiz'i bir turistik destinasyon olarak inceleyerek, bir destinasyonun çekiciliği çalışmasının, özelleştirme kriterlerini içeren modellerle desteklenmesi gerektiğini öne sürmüştür. Yaşlı turistler, turizm endüstrisi için önemli bir pazar haline gelmektedir. Bu bağlamda yapılan araştırmalarda, turizmin yaşlılar için sağlık ve sosyal faydaları olduğu ortaya konulmuştur (Ferrer vd., 2015). Örneğin, dinlenme motivasyonu yaşlı turistler için önemli bir etkidir ve destinasyondaki memnuniyet ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki gösterebilir (Vigolo vd., 2017). Ayrıca, yaşlı turistlerin turizm pazarındaki artan payı, turizm ekonomisi üzerinde de önemli bir etkiye sahiptir (Yao & Hou, 2019). Woo vd. (2014) ise araştırmalarında yaşlıların seyahat davranışları ile yaşam kalitesi arasındaki bağı incelemişler ve motivasyonun boş zaman-yaşam alanı memnuniyetini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Buna ek olarak, boş zaman yaşam alanından memnuniyetin, genel yaşam memnuniyeti ile de bağlantılı olduğu belirtilmiştir. Sonuç olarak, yaşlı turistlerin pazarlama stratejilerinde benzersiz bir segment olarak ele almak, turizm endüstrisinin yaşlılar için daha çeşitli ve etkili hizmetler sunabilmesi açısından önemlidir.

2.2. Erişilebilir Turizm

UNWTO tarafından çok kapsamlı olarak hazırlanan "Herkes İçin Erişilebilir Turizm: Ulaşabileceğimiz Bir Fırsat" adlı rapor, tüm turistlerin, kendi ihtiyaçlarına göre uyarlanmış deneyimler istediğini belirtmektedir. Ayrıca, UNWTO Küresel Turizm Etik Kuralları (2001)'in 7. maddesi de herkesin engelsiz bir şekilde turizmden yararlanma hakkını vurgulamaktadır. Bu nedenle, turizm sektörü, herkesin turizme eşit şartlarda katılabilmesi için evrensel erişilebilirlik önlemleri geliştirmelidir. IGI Global (2023) engellilik nedir sorusuna

karşılık gelen 96 adet çalışma sonucunu sıralamış ve bazıları aynı olan 96 adet açıklama sunmaktadır. Bu tanımlamaların ilk sırasında yer alan açıklamaya göre, engellilik vücudumuzda belli bir bozulma, aktivite kısıtlaması veya katılım kısıtlaması olarak nitelendirilmektedir. Hemen takip eden ikinci tanımda ise, engellilik için bir veya daha fazla ana yaşam aktivitesini önemli ölçüde sınırlayan fiziksel veya zihinsel bozukluk olarak bahsedilmektedir. UNWTO Küresel Turizm Etik Kuralları (2001)'e göre; engellilik, belirli aktiviteleri yapmayı ve çevreleriyle etkileşim kurmayı zorlaştıran herhangi bir beden veya zihin durumudur. Engellilik, sadece bedensel organların eksikliğiyle değil, aynı zamanda zihin ve ruh sağlığının normal işleyişinin dışında hareket etmesiyle de meydana gelebilir. Benzer biçimde, National Library of Medicine (2023), 1990 Engelli Amerikalılar Yasasının, engelli kişiyi, fiziksel çevreyi ve sosyal çevreyi kapsayan bir tanımla benimsediğini ifade etmektedir. Bu programların her biri, engelli bir kişiyi, bir veya daha fazla "ana yaşam faaliyetini" önemli ölçüde sınırlayan fiziksel veya zihinsel bir bozukluğa sahip kişi olarak tanımlamaktadır. Dahası, Takayama Declaration (2009)'a göre, engellilik bir bireyin sağlık durumu ile kişisel faktörler arasındaki karmaşık bir ilişkinin ve bireyin içinde yaşadığı koşulları temsil eden dış faktörlerin sonucunu ifade etmektedir. Kısacası tanımlar karmaşık olmakla birlikte sadece tek bir grup insanı işaret etmemektedir. UNWTO Küresel Turizm Etik Kuralları (2001)'e göre, her yıl seyahat eden bir milyardan fazla uluslararası turist arasında yüksek bir yüzde, küçük çocukları ve/veya yaşlıları olan ailelerden ve engelli veya diğer özel ihtiyaçları olan kişilerden oluşmaktadır. Bu nedenle, destinasyonların evrensel erişilebilirlik önlemleri geliştirmesi, milyonlarca insanın turizme eşit şartlarda katılabilmesi için önemlidir.

Engelli turizmi, sağlık turizminin bir alt dalıdır ve giderek önem kazanmaktadır (Doğru vd., 2014). Engelliler, dünyanın en büyük azınlık gruplarından birini oluşturmaktadır. Dünya nüfusunun yaklaşık %15'i, yani 1 milyara yakın birey engellidir (Bulgan, 2015). Türkiye'de ise 2022 Nisan ayı itibarıyla engelli kişi sayısı 2.511.950'dir ve bu da nüfusun yaklaşık %3'üne denk gelmektedir (engelli.com, 2022). Erişilebilir turizm, son yıllarda turizm destinasyonlarında kapsayıcılık ve erişilebilirlik kavramları sayesinde önem kazanmaktadır. Birleşmiş Milletler, engelli haklarına ilişkin sözleşmede, engellilerin eşit özgürlük, onur ve fırsatla seyahat etme hakkını vurgulamaktadır. Bu sözleşme, engellilerin turizm alanındaki fiziksel çevre, ulaşım, bilgi ve iletişim, turizm mekânları, tesisler ve hizmetlerde eşit erişim haklarına sahip olmaları gerektiğini belirtmektedir (Birleşmiş Milletler, 2006). UNWTO (2016b) dünya turizm günü için 'herkes için turizm' temasını belirlemiş ve erişilebilir turizmin geliştirilmesi çağrısında bulunmuştur. Engelli turizmi hem ekonomik hem de sosyal açıdan önem taşımaktadır. Engelli bireylerin de diğer bireyler gibi seyahat etme istek ve ihtiyacının olması, bu turizm türünün geliştirilmesini zorunlu kılmaktadır (Öndül, 2015). Turizm sektörü, engelli turizminin gerekliliklerine uygun şekilde düzenlemeler yaparak, bu alanda faaliyet gösteren işletmelerin sayısını artırabilir ve böylece engelli turizmi sayesinde ekonomik bir kazanç sağlayabilir. Bu kazançla birlikte, engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılması, onların toplumsal yaşama katılımlarını ve özgüvenlerini artırabilir (Doğru vd., 2014).

Takayama Declaration (2009)'a göre, engelli turizmi, "Erişim Turizmi", "Evrensel Turizm", "Kapsayıcı Turizm" ve Japonya gibi bazı ülkelerde "Engelsiz Turizm" olarak da bilinmektedir ve engelli tüm insanlar için erişilebilir olan turizm ve seyahati ifade etmektedir. Erişilebilir turizm, turizm ürün ve hizmetlerinin tüm kullanıcılar tarafından erişim, kullanım ve keyif alacak şekilde uyarlanması anlamına gelmektedir. Bu kavram, evrensel tasarım ilkeleri çerçevesinde, sürekli veya geçici özel erişim ihtiyaçları olan kişilerin tatil ve boş zamanlarının keyfini çıkarmasını sağlayan hizmetler ve tesisleri içermektedir. Stephenson (2013) yaptığı kitap değerlendirmesinde, erişilebilir turizmin, hareket, görme, işitme ve erişimin bilişsel boyutları dâhil olmak üzere erişim gereksinimleri olan kişilerin bağımsız olarak, eşitlik ve onurla işlev görmelerini sağlayan paydaşlar arasındaki işbirlikçi süreçleri içeren bir turizm biçimi olduğunu bildirmektedir. Avrupa Komisyonu'nun Avrupa Erişilebilir Turizm Ağı (ENAT) tarafından yapılan bir diğer tanıma göre, erişilebilir turizm, engel veya sorun olmaksızın tatil ve boş zamanlarının keyfini çıkarmasını sağlayan hizmetler ve tesisleri kapsamaktadır (Avrupa Komisyonu, 2016).

Cassia vd. (2020: 215)'nin çalışmasına göre, erişilebilir turizmin önündeki engeller şu şekilde tanımlanabilir:

- Bilgi engelleri, engelli bir kişinin ulaşım, konaklama, tatil güzergahı veya alışveriş gibi basit tatil etkinliklerini özerk olarak değerlendirmek ve seçmek istediğinde karşılaştığı zorlukları işaret etmektedir.
- Mimari engelleri, engellilerin tatilde ulaşım araçlarına erişme, farklı yerlerde hareket etme ve kaldırımları ve yolları kullanma gibi faaliyetlerde bulunurken karşılaştıkları engellere atıfta bulunmaktadır.
- Siyasi engeller, mimari engelleri ortadan kaldırmak için hareket etme idealini vurgularken, siyasi eylemlere genellikle aciliyet, kısa vadeli ve dar görüşlü seçim faydalarına rehberlik etmektedir.
- Kültürel engeller, tüm yeteneklere sahip insanların engellilere yönelik davranışlarını karakterize edebilen onların kayıtsızlığı olarak ifade edilebilir. Bu engeller, engellilerin park yerlerine saygı gösterilmemesi gibi faktörlerde kendini göstermektedir.
- İlişkisel engeller, genel nüfusun engelli kişilere kendini haklı gören bir bakış açısıyla, engelli kişilerin, yaşanan yetersizliklerin kısıtlamaları dahilinde bile tam bir hayat yaşayamayacağına inanmasına atıfta bulunmaktadır.
- Teknolojik engeller, ulaşım ve iletişim araçlarıyla ilgili teknolojik değişimin hızını ifade etmekte olup, devam eden değişimlere ayak uyduramayanlar için zor durumlar yaratabilmektedir.
- Girişimci miyopluğu, engelliler için turizm pazarının büyüklüğünü, değerini ve kamuoyunda meydana gelen değişiklikleri takdir edememe anlamına gelir.

Turizm endüstrisi, engellilik perspektifinden bakıldığında, erişim gereksinimi olan tüm insanlar için erişilebilir deneyimleri sağlamalıdır. Darcy & Dickson (2009) bu konuda bir beklenti olduğunu belirtmiştir. Bu amaçla, turizm destinasyonlarının evrensel tasarım ilkelerine uygun şekilde planlanması,

tasarlanması, işletilmesi ve sağlanması gerektiğinin altını çizmiştir. Bu yaklaşım, bağımsızlık, eşitlik ve haysiyet değerlerinin anlaşılmasını gerektirmektedir. Engellilik konusunda turizm alanındaki araştırmaların az olduğuna dikkat çeken Polat & Hermans (2016), multidisipliner bir yaklaşımla erişilebilir turizmin anlaşılmasının önemini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, sürdürülebilir erişilebilir turizm modeli önerilmektedir. Bu model, engellilerin turizm faaliyetlerine katılımlarını artırmayı ve en iyi turizm deneyimini yaşamalarını sağlamayı amaçlamaktadır. Cassia vd. (2020) dijital bir ekosistemin, turizm destinasyonlarını daha erişilebilir hale getirmeye katkıda bulunabileceğini ortaya koymuştur. Bu ekosistem, turizm faaliyetlerini birlikte yürüten tüm paydaşlar arasında bilgi paylaşımı ve koordinasyonu sağlayarak erişilebilirlik konusunda ilerleme kaydedebilir. Engellilik konularına ilişkin yasal mevzuatın uluslararası standartlara uygun olmadığına dikkat çeken Buj (2010), farklı ülkelerdeki yasal düzenlemeleri incelemiştir. Bu çalışmanın sonucuna göre, uluslararası standartlar henüz belirlenmemiştir.

Dünya genelindeki çeşitli ülkelerde engellilerle ilgili bazı yasaların kabul edildiği bilinmektedir. Tellioglu (2019) yaptığı çalışmada Avrupa Birliğinde yer alan çeşitli ülkeleri incelemiştir. Yazara göre, İspanya'da 1978 tarihli İspanya Anayasası'nın 49. Maddesi, kamu sektörünün engellileri entegre etmek ve onlara kişisel ilgi sağlamak için bir politika uygulamasını talep etmektedir ve sosyal durum nedeniyle bir ayırım yapılmaksızın tüm İspanyollar için yasal eşitliği kabul etmektedir. Bu nedenle, bu madde İspanya'daki engelli bireylere verilen önemi ve değeri anlatmaktadır. Dahası, Amerika Birleşik Devletleri'nde 1987 yılında ortaya çıkan Engelliler Yasası, mimari, ulaşım ve iletişim erişilebilirliğini ele almaktadır. Birleşik Krallık'ta Engelli Ayrımcılığı Yasası engelli bireylerin engelliliklerine dayalı ayrımcılıkları yasaklamaktadır ve "makul uyum" kavramını kullanarak engellilerin önündeki engelleri kaldırmak için adımlar atılmasını gerektirmektedir. AB, engellilerin tam katılımını sağlamak için "Evrensel Tasarım yoluyla tam katılımın sağlanması" kararını yayınlamıştır (European Commission, 2014). Başka bir örneğe göre, Fransada 2005 yılında engellilik politikaları için yeni kurumsal referans çerçevesini oluşturan bir yasa çıkarılmıştır (Tellioglu, 2019). Avustralya'da 1992 tarihli Engelli Ayrımcılığı Yasası engellilik temelli ayrımcılığa karşı koruma sağlamak ve yasanın uygulanmasına katılımı teşvik etmektedir (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2023). Ülkelerin kendi mevzuatlarını oluşturdukları ve AB'nin engellilikle ilgili direktiflerinin engelliliği farklı şekillerde ele aldığı görülmüştür. Turizm endüstrisi engellilerin durumuna dikkat çekerek kamu ve özel sektörden kapsamlı bir yanıt alınmasını teşvik etmektedir.

Yaşlılar ve engelliler için turizm sektöründeki erişilebilirlik konusu giderek daha önemli hale gelmektedir. Özellikle, Çin Halk Cumhuriyeti'nde devlet tarafından işletilen turistik yerlerin yaşlılara ücretsiz veya ayrıcalıklı muameleye açık olacağını belirten bir yasa çıkarılmıştır (Yao & Hou, 2019). İspanyol seyahat acentesi Viajes 2000, engelliler için özel turlar ve erişilebilirlik konusunda uzmanlaşmıştır (Engelliler için Ürünler Konusunda Uzmanlaşmış İlk İspanyol Seyahat Acentesi, 2021). Scandic otel zinciri, evrensel tasarım ilkelerini benimseyerek 102 erişilebilirlik standardına sahip bir iş stratejisi

izlemektedir (Scandic Oteller Zinciri, 2021). Eurotaxi girişimi, İspanya'da ülke çapında erişilebilir bir taksi filosu yerleştirmeyi ve ulaşım mevzuatında erişilebilirlik hususlarını gözden geçirmeyi başarmıştır (Eurotaxi İspanya, 2021). Japonya, engelli ziyaretçileri karşılamak için konukseverlik hizmetlerinde erişilebilirliğin önemini vurgulamaktadır (Japonya Turizm Ajansı, 2021). Quebec (Kanada) bölgesinde, "Erişilebilir Yol" adlı iki dilli bir rehber, seyahatin erişilebilirliğini kolaylaştırmak ve engellilere yönelik eğitim de dâhil olmak üzere erişilebilir turizm kaynakları hakkında bilgi sağlamaktadır (Tourisme Québec, 2021). Fransa'daki Herault Bölgesi'nin "Herkes için Açık Deniz" projesi, plajları "Herkes için Tasarım" parametreleri uygulanarak yeniden tasarlamış ve turistlerin ve yerel halkın ihtiyaçlarına cevap vermiştir (UNWTO, 2016c).

Ancak, Erkilic & Eren (2020) tarafından yapılan bir çalışma, Ankaradaki seyahat acentalarının yaşlı ve engelli kişilere özel turlar planlamadığını ve var olan turların planlama aşamasında yaşlı ve engelli kişilerin ihtiyaçlarının dikkate alınmadığını ortaya koymuştur. Bu çalışma, seyahat acentalarının yaşlı ve engelli kişileri farklı bir pazar bölümü olarak görmediğini ve ürün geliştirme ve çeşitlendirme çabalarının olmadığını belirlemiştir.

Buj (2010), engellilerin seyahat ihtiyaçlarına yönelik güvenilir ve ilgili bilgi eksikliğinin engel teşkil ettiğini, erişilebilir turizm için bütüncül bir yaklaşımın gerektiğini vurgulamaktadır. Albayrak (2015), fiziksel engelli bireylerin restoranlarda karşılaştığı sorunlara odaklanmış ve bu sorunların işletmenin fiziki yapısı, diğer müşteriler ve çalışanlarla ilgili olduğunu belirtmiştir. Hansen (2017), engelli turistlerin tatil planlama sürecinde erişilebilirlik bilgisinin önemini vurgulamakta, kaliteli ve kapsamlı bilginin destinasyon seçimini etkilediğini belirtmektedir.

Engelli turizmi, seyahat acentaları için hem bir fırsat hem de bir zorluk oluşturmaktadır. Kozak ve Toker (2015) tarafından yapılan bir çalışma, Eskişehir'deki seyahat acentalarının yöneticilerinin engellilerle ilgili algılarını ve engelli bireylerin turizm ve seyahat acentaları hakkındaki algılarını belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışmanın sonuçları, acenta yöneticilerinin engelli turizm pazarını bir avantaj olarak gördüğünü, ancak engelli bireylere yönelik organizasyonların maliyetinin yüksek olacağı ve mevcut olanaklarla bu tür programların yürütülemeyeceği gibi endişeler taşıdığını ortaya koymaktadır.

5378 sayılı Engelliler Hakkında Kanun'a dayanarak yayımlanan "Şehirler Arası Yolcu Taşıma Hizmeti ile Servis ve Turizm Taşımacılığı Hizmetinin Erişilebilir Hale Getirilmesine Dair Yönetmelik" (TÜRSAB, 2017), seyahat acentaları için bazı yükümlülükler belirlemektedir. Ancak Kozak & Toker (2014)'in çalışması, engelli müşterisi olan seyahat acentalarının sayıca az olduğunu ve acentaların henüz bu alana hizmet vermeye hazır olmadıklarını göstermiştir. Özeren (2019) tarafından yapılan bir çalışmada da Konya'daki turizm işletmelerinin engelli müşterilere kaliteli hizmet sağlamak hususunda yeterince duyarlı olmadıkları sonucuna varılmıştır.

Erişilebilir turizmin gerçeğe dönüştürülmesi için bazı iyi uygulamalar vardır. VisitEngland, İngiltere'deki turizm paydaşları arasında farkındalığı teşvik etmek için erişilebilirlik kategorisinde bir turizm mükemmeliyeti ödülü vermektedir.

Ayrıca Açık Kapılar Organizasyonu (ODO), Amerika Birleşik Devletleri'ndeki erişilebilir turizm talebine cevap vermek amacıyla erişilebilirliğin karlılığını gösteren çalışmalar yürütmektedir. Avrupa Erişilebilir Turizm Ağı (ENAT) ise birkaç ülkenin katılımıyla ilk Avrupa projesini koordine ederek, erişilebilir turizmde Avrupa eğitim sertifikası elde edilmesini amaçlamaktadır (UNWTO, 2016a). Ülkemizde, yaşlı ve engellilerin bağımsız hareket edebilecekleri koşulları yerine getirmek en ciddi adım olarak nitelenebilir. Çünkü Türkiye'de fiziksel çevrenin, toplu taşıma araçlarının ve trafiğin yaşlı ve engelli turistler için düzenlenmesi ile Türk yaşlısı ve engellisi için de dolaylı bir yatırım yapılmış olacaktır. Kısaca, engelli turizmde temel şart, engelli turistlerin ihtiyaçlarına yanıt verebilen tesisin, çevrenin ve çalışanların varlığıdır (Tufan, 2014).

3. Yöntem

Bu çalışmanın amacı Afyonkarahisar şehrinin geriatri (ileri yaş) turizmi ve erişilebilir turizm açısından teorik bir çerçevede değerlendirilmesidir. Bu çalışma genel itibarı ile nitel bir araştırmadır. Bununla birlikte, bu çalışmada Afyonkarahisar'daki 10 adet beş yıldızlı konaklama işletmesinin ve 7 adet yerel seyahat acentasının web sitesi 2022 Ekim ve 2023 Ocak ayları arasında içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Ültay vd. (2021) içerik analizi yönteminin, belirli bir konuda ya da alanda birbirinden bağımsız olarak yapılan nitel ve nicel çalışmaların derinlemesine incelenip düzenlenmesi olduğunu belirtmektedir. Buradaki amaç, işletmelerin geriatri (ileri yaş) turizmi ve erişilebilir turizm bağlamında farkındalık, bilgilendirme, reklam ve promosyon konularında neler yaptıklarının ortaya konulmasıdır. Ek olarak, bahsi geçen dönemler içerisinde Afyonkarahisar şehir merkezinde yer alan yiyecek içecek işletmelerinin incelenmesi için saha araştırması yapılmıştır. Saha araştırması, sıklıkla kullanılan betimleyici bir araştırma yöntemidir. Bu yöntemde, herhangi bir fenomen hakkında, bu fenomeni tanımlayan somut ve delillere dayanan bilgiler toplamak, sorunları belirlemek, karşılaştırmalar ve değerlendirmeler yapmak temel esastır (Erdoğan, 2007: 139). Bu çalışmada, yiyecek içecek işletmelerinin park yerinden başlayarak, işletmeye erişim, kapı-merdivenlerin uygunluğu ile yemek yenilen alan ve lavabolar dahil tekerlekli sandalye kullanımına uygunluğu araştırılmıştır. Çalışmanın sonunda konaklama, seyahat ve yiyecek içecek işletmelerine ve yerel yöneticiler gibi şehrin paydaşlarına pratik öneriler sunulmaktadır.

4. Bulgular

4.1. Afyonkarahisar İli Açısından Geriatri ve Erişilebilir Turizmi

Bu çalışma kapsamında, Afyonkarahisar şehir merkezindeki beş yıldızlı otellerin web sayfaları geriatri ve engelli turizmi açısından incelenmiştir. Buna göre, konaklama işletmelerinin çoğunun sayfalarında Turizm Teşvik Yasası uyarınca hazırlanan 1982 tarih 2634 sayılı yönetmelik gereği yaşlı ve engelli bireyler için odalarının olduğu ve mimarisinin uygun olduğu bilgisine yer verildiği belirlenmiştir. Bunun aksine, yaşlı ve engelli misafirler için gerekli olabilecek özel

amaçlı mobilyalar ve yatakta yemek yemelerine imkan sunan teçhizat bilgisinin sunulmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca, otel havuzunun yaşlı ve engellilerin kullanımı için uygun olup olmadığı konusunda web sitelerinde bilgi verilmemiştir. Dahası, bu gruba özel hizmet verme konusunda eğitim almış kalifiye elemanlarının olup olmadığı bilgisine de yer verilmemiştir. Bulgan vd. (2019), 15 engelli misafir ile görüşmeler yapmış ve otel çalışanlarının engelli misafirlerle etkin ilişkiler kurabilmesi noktasında sorunlar yaşadığını ve işlerinde yeterince bilgi ve beceriye sahip olmadıklarını iletmişlerdir. Bunun yanında, konaklama işletmelerinin web sayfalarının tasarım aşamasında geriatri ve engelli turizmini göz önünde bulundurulmadığı sonucuna varılmıştır. Çünkü görme engelli bireyler için sesli bilgilendirme veya kısmi görme engelli bireyler için web sayfalarındaki yazıların büyütülmesi gibi özelliklerinin olmadığı belirlenmiştir. Dahası, görme engelli bireyler için kabarma yazısı gibi detayların olup olmadığı bilgisine web sitesinde rastlanmamıştır. Bu bağlamda web sitelerinin teknolojik altyapısının yetersiz kaldığını söylemek gereklidir. Bahsi geçen konular Şenol vd. (2016) tarafından Antalya'da 21 otel işletmesi yöneticisine yaptıkları çalışmada da dile getirilmiştir. Son olarak, otellerin özellikle engelli turizmüne yönelik reklam ve promosyon çalışmaları yapmadıkları belirlenmiştir. Bu işletmelerin böylesi bir pazar segmentinin farkında olmadığını söylemek mümkündür. Benzer durum, Ayyıldız vd. (2014)'nin otel işletmesi yöneticilerine yönelik yaptıkları çalışmalarını yöneticilerin engelli pazarının farkında olmadıkları sonucunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda ciddi bir eksiklik dikkat çekmektedir.

Benzer biçimde, Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren yerel seyahat acentalarının web sayfaları geriatri ve engelli turizmi açısından araştırılmıştır. Çalışmanın sonucuna göre, seyahat acentalarının web sayfalarında tanıtıcı yazı, fotoğraf, fiyat gibi reklam amaçlı bilgilerin olduğu ancak özellikle yaşlı ve engellilere uygun tur programlarının düzenlenip düzenlenmediği konusunda bilgiye veremedikleri belirlenmiştir. Ek olarak, Temizkan & Özhasar (2020) Eskişehir'deki seyahat acentalarının nitelikli web sitesi kullanım durumunun ortaya çıkarmak bir çalışma yapmış ve seyahat acentalarının tanıtım ve pazarlama süreçlerinde web sitelerinden oldukça sınırlı oranda faydalandığını bildirmiştir. Bu bağlamda çalışmalar benzerlik göstermektedir. Dahası, seyahat acentalarının yaşlı ve engelli turizmi konusunda uzmanlaşmadığı belirlenmiştir. Bu seyahat acentalarının potansiyeli son derece yüksek olan geriatri ve engelli turizm çeşitlerini neredeyse görmezden geldiği ve bu segmentin niş bir pazar olduğunun farkında olmadığı sonucu çıkarılmaktadır. Ayrıca, seyahat acentalarının bünyelerinde nitelikli personel istihdam ettiklerine yönelik bir bilginin paylaşılmadığı da tespit edilmiştir. Devletin engelli bireyler için seyahat ve turizm faaliyetlerine katılmaları hususunda özendirici uygulamalarının yetersiz olmasının bu durumda etkili olabileceği düşünülmektedir.

Ek olarak, Temizkan & Özhasar (2020) seyahat acentalarının web sitelerinin genel olarak güncellenmedikleri, müşteri beklentilerini karşılayacak yeterlilikte olmadıkları, bir web sitesinden beklenen önemli bazı nitelikleri barındırmadıkları sonucunu ifade etmektedir. Çullu Kaygısız (2021), sağlık turizmi yetki belgesi bulunan seyahat acentalarının web sitelerini

incelemiş ve çoğu acente web sitesinde kurum bilgisi, hizmet bilgisi ve kolaylaştırıcı işlemlerin bulunduğunu ancak fiyat, paket fiyat gibi finansal bilgilerin bulunmadığını aktarmıştır. Bu çerçevede çalışmalar benzerlik göstermektedir. Dahası, Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren seyahat acentalarının web sitelerinin yaşlı veya kısmi görme engelli bireyler için büyütebilir sayfa özelliklerine sahip olmadığı belirlenmiştir. Sesli okuma özellikleri de bulunmamaktadır. Seyahat acentalarının teknolojik altyapılarının yetersiz olduğu ve güçlendirilmeye gereksinim duyduğu söylenebilir.

Son olarak, Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmeleri geriatri ve engelli turizmi açısından saha incelemesi yoluyla ve literatür taraması yöntemiyle irdelenmiştir. Bahsi geçen işletmelere erişim, hareket kolaylığı, tuvaletler gibi çeşitli konular temel alınarak gözlem yapılmıştır. Afyonkarahisar'da engelli ve yaşlı bireylerin özellikle araç park yeri bağlamında güçlüklerle karşı karşıya olduğu tespit edilmiştir. Dahası, şehir merkezinde, engelliler için özel olarak ayrılmış park yerinin olup olmadığı (22/2/2018 tarihli ve 30340 sayılı kanun gereği 1/30 oranında engelli otopark alanı ayrılması gereklidir.) trafik yoğunluğu ve diğer park etmiş araçlar nedeniyle belirlenememiştir. Albayrak (2015)'in yaptığı çalışmada altını özellikle çizdiği noktalardan biri fiziksel engelli bireylerin özel araçlarla seyahatlerinde araçlarını park etme ve park alanından restorana erişim sorunudur. Özgen ve Kırlar (2014) çalışmalarında engelli bireyler için park yerlerinin rahatça manevra yapabilecekleri alanlara ve tekerlekli sandalyedeki bireylerin araç kapılarını rahatlıkla açıp, tekerlekli sandalyelerine geçebilecekleri genişlikte olması gerektiğini söylemektedir. Ayrıca, Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmelerine engelli veya yaşlı bireyler gelse bile işletmeye girişle ilgili sorunlar kendini göstermektedir. Çünkü girişte yer alan merdivenler yaşlı ve engelli bireylere zorluk çıkarmaktadır ve ayrıca birçok işletmede engelli bireylerin içeri girişine imkan sağlayacak güvenilir bir rampanın olmadığı da gözlemlenmiştir. Benzer biçimde, Devile & Moura (2021), yiyecek içecek işletmelerine erişim konusunda yaşlı ve engelli bireylerin yaşadıkları zorluklara dikkat çekmiş ve bunların aşılmasında çeşitli stratejiler sunmuştur. Albayrak (2015)'in da çalışmasında vurguladığı gibi bazı yiyecek ve içecek işletmelerinin yüksek giriş nedeniyle kullanılan merdivenler ve eşikler fiziksel engellilerin bu işletmelerden uzak durmalarına neden olmaktadır. Benzer biçimde, Devile & Moura (2021) çalışmalarında binaların tasarımları nedeniyle yaşlı ve engelli bireylerin işletmelerin kapısından içeri girme konusunda zorluklar ile karşı karşıya kalabileceğini dile getirmektedir. Bu bağlamda çalışmalar ortak nitelikler taşımaktadır. Afyonkarahisar'da şehir merkezinde yer alan yiyecek ve içecek işletmesi binalarının büyük kısmının eski olduğu belirtilmelidir.

Elde edilen sonuçlarına göre, bu işletmelerin çoğunun kapıları fiziksel engelli bireylerin sandalyeleri ile işletmeye girişine izin vermemektedir. Artün (2018) tez çalışmasında engelli bireylerin de kullandığı mekânları giriş bölümü, karşılama, lobi alanları, merdivenler, asansörler, bağlantı koridorları, restoranlar, kafe, bar, rampalar, kaldırımlar ve otoparklar şeklinde sıralamıştır. Bu alanlar içerisinde engelli bireylerin türlerine, fiziksel ve ruhsal yapılarına göre yapısal düzenlemeler ile onların, ortak mekânlarda rahat hareket

edecekleri ulaşım alanları sağlanması gerektiğinin altını çizmiştir. Ek olarak, Albayrak (2015) çalışmasında bu durum için, işletmenin girişinde yer alan kapıların fiziksel engellilerin özelliklerine uygun olarak tasarlanması gerektiğini belirtmiştir. Afyonkarahisar'da, sonradan çeşitli açılardan yenilenen kısıtlı sayıdaki işletmeler hariç, birçok işletmede tekerlekli sandalye ile hareket etmenin zor olduğu, masaların da birbirine yakın olduğu gözlemlenmiştir. Diğer bir deyişle, masalar arasındaki geçiş alanları ile koridorlar engelli bireylerin ihtiyaçlarına göre uygun olmadığı belirlenmiştir. Öteki taraftan, Artün (2018) tez çalışmasında bar ve restoran masalarının genellikle engelliler için sorun oluşturduğunu ve bu tür mekânlarda sabit olmayan ve engellilerin kullanımına uygun masalar kullanılmasının faydalı olacağını belirtmektedir. Bu anlamda, Afyonkarahisar'daki işletmelerde sabit masaların olmadığı belirlenmiştir. Ayrıca, mönüler görme engelliler için özel olarak hazırlanmalı ve onlar için geliştirilen alfabeyle hazırlanmış mönüler kullanılmalıdır. Bu noktanın Afyonkarahisar'daki işletmelerde göz önünde bulundurulmadığı belirlenmiştir.

Göde & Öncel (2016) Eskişehir ilinde faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmelerinin engellilere yönelik düzenlemelerini tespit etmek, bu düzenlemelerden hangilerinin uygulanıp uygulanmadığını, engellilere yönelik özel uygulamaların olup olmadığını ve engelli bireyler konusunda personel eğitiminin var olup olmadığını ortaya çıkartmak amacıyla bir çalışma yapmıştır. Çalışmanın sonuçları, işletmelerin engellilere yönelik düzenlemeler hakkında bilgi sahibi olmadıklarını göstermektedir. Ayrıca, engelliler ile ilgili düzenlemelerin restoranın sadece belirli alanlarında uygulandığı, personelin bu pazar bölümünün istek ve beklentilerini karşılamaya yönelik eğitilmediği ve engellilere yönelik yasal düzenlemelerin uygulanması konusunda denetimin yapılmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bahsi geçen konular göz önüne alındığında, Afyonkarahisar'daki işletmelerde de benzer sonuçların varlığı dikkat çekicidir.

Diğer önemli bir konu da lavabo ve tuvaletlerdir. Devile & Moura (2021) çalışmalarında yaşlı ve engelli bireyler için tuvaletlere erişim konusunun diğer bir sorun olduğunu aktarmıştır. Albayrak (2015)'a göre, engelliler bir yandan buldukları yerden tuvaletlere ulaşmada diğer taraftan da tuvaletlerde bulunan klozet ve lavaboları kullanmada sorun yaşayabilmektedir. Bahsi geçen durum Afyonkarahisar'daki birçok işletme için de geçerlidir. Yazar, engellilerin tek başlarına tekerlekli sandalyeleriyle manevra yapabilmeleri için yeterli alana, tekerlekli sandalyeleriyle rahatlıkla tuvalete ulaşabilmeleri için masalar arası uygun genişlik ve koridorlara ihtiyaç duyduğunu belirtmektedir. Benzer bir düşünce Özgen & Kırlar (2014) tarafından dile getirilmiş ve engelli bireyler için tavsiye edilen tuvaletlerde tercih edilen, kişinin kendi başına veya başkasının yardımını alarak kullanabileceği genişliklere sahip olması önerilmiştir.

5. Sonuç ve Öneri

Birleşmiş Milletler tarafından hazırlanmış olan "Herkes İçin Erişilebilir Turizm: Ulaşabileceğimiz Bir Fırsat" adlı rapor, engelli ve yaşlı bireylerin turizm etkinliklerine dahil edilmesi konusunda çeşitli temel öneriler sunmaktadır. Bunların başında

bilgi gelmektedir. Varış noktasındaki erişilebilirlik koşulları hakkında güvenilir ve zamanında veri elde etmek engelli ve yaşlı bireyler için hayati derecede önemlidir (UNWTO, 2016b). Tüm turizm hizmetlerini zora sokabilecek önemli bir kısıtlama, turistlerin farklı gereksinimlerini karşılamak ve bilinçli seyahat kararları vermelerine izin vermek, böylece hoş olmayan sürprizlerden ve gereksiz risklerden kaçınmak için güvenilir ve doğru bilgi eksikliğidir (Bieger & Laesser, 2001; Cavinato & Cuckovich, 1992; Daniels vd., 2005; Eichhorn vd., 2008; Packer vd., 2007). Cassia vd. (2020) de benzer şekilde bilgi engellerinin, engelli bir kişinin basit tatil etkinliklerini tek başına değerlendirmek ve seçmek istediğinde karşılaştığı zorluklardan biri olduğunu işaret etmektedir. Ek olarak, engelli turistlere sunulan bilgilerin yetersiz olması, esneklikten uzak katı kurallar, değişime karşı toleransın düşük olması, uygun olmayan tesisler ya da teknoloji, güvenlik kurallarını uygulamada gönülsüzlük ve kişiselleştirilmiş servislerin zayıf olması kritik öneme sahip engellere örnek gösterilebilir (Daniels vd., 2005). Son olarak, Rummel (2008) çalışmasında engelli bireylerin seyahatlerinde yeterli bilgiye ulaşip ulaşmadıklarını araştırmıştır. Çalışmanın sonucunda, engellilere yönelik sunulan hizmetlerde engellilere bilgi verilmesi noktasında yetersizliklerin olduğunu belirtmiştir. Kısacası, engelli ve yaşlı bireylerin turizm etkinliklerine katılımları bağlamında en çok ihtiyaç duyduğu faktör bilgi olarak göze çarpmaktadır.

Polat & Hermans (2016), kaleme aldıkları çalışmalarında, sürdürülebilir erişilebilir turizm için bir modeli önerisinde bulunmuşlardır. Çalışmalarında, Avrupa Komisyonunun 2014 yılındaki raporlarına dayanarak aşama aşama çeşitli önerilerde bulunmuşlardır.

Buj (2010) tarafından yapılan çalışmada, turizm işletmeleri, tüm idareler ve ulusal düzeydeki yönetimlerin, kamu ve özel sektördeki hareket kabiliyeti kısıtlı kişiler için erişilebilirliği

yukarılara çıkarmak amacıyla önerilerde bulunmuştur. Çalışma, turizm işletmelerine erişilebilirlik konusunda mevcut mevzuata uymalarını ve erişilebilirliği ahlaki bir görev ve iş fırsatı olarak kabul etmelerini önermektedir. Ayrıca, tüm yönetimlere, erişilebilirliklerini azaltan turizm işletmelerini yasal olarak cezalandırmaları ve sınırlı hareketlilik sorunları hakkında farkındalık yaratmaları önerilmektedir. Darcy & Dickson (2009) ise kent erişilebilirliğinin, yayalaştırma ve yön bulmayı daha erişilebilir hale getirdiğini belirtmektedir. Ayrıca, tarihi binaların erişilebilir hale getirilmesi gerektiğini ve erişilebilir açık hava ortamlarının tasarımının önemini vurgulamaktadırlar. Polat & Hermans (2016), örgüt düzeyinde tasarlanan kriterler yardımıyla bölgesel sürdürülebilir erişilebilirlik kriterleri oluşturulmasını ve erişilebilirlik kriterleri oluşturulurken bölgesel, coğrafi ve hava koşullarının farklılığı göz önünde bulundurulması gerektiğini ifade etmektedirler. Practitioner (1999) ise yaşlı insanların ulaşım ve seyahat ihtiyaçlarının belirlenmesi gerektiğine dikkat çekmektedir. Lam vd. (2020)'nin çalışmasında ise turizm destinasyonlarında erişilebilirliği artırmak için geniş renk kontrastı, büyük yazı tipi boyutu, yeterli aydınlatma, ses sistemleri, Braille işaretleme ve dokunsal kılavuz yolları gibi destekleyici unsurların kullanılması gerektiği belirtilmektedir. Erkılıç & Eren (2020) yaşlı ve engelli turizmüne katılımın artırılması için problemlerin belirlenmesi ve yasal düzenlemelerin yapılması gerektiğine işaret etmektedirler. Yaşlı turizmüne özel politikaların yayınlandığı Pekin örneğinde ise turizm işletmelerinin teşvik edilmesi ve desteklenmesi ile yaşlı turizminin geliştirildiği görülmektedir (Yao & Hou, 2019).

Kozak & Toker (2014), engelli bireylerin seyahatlerinde refakatçiye bağımlılık duygusunun en aza indirgenmesi ve zorluk yaşadıkları alanların belirlenerek çözümler üretilmesi gerektiğini belirtmektedirler. Turistik işletmelerin engelli turizmini desteklemesi için eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması gerektiğini vurgulamaktadırlar.

Tablo 1. Sürdürülebilir Erişilebilir Turizm İçin Bir Model Önerisi

	Farkındalık Aşaması	Başlangıç Aşaması	Gelişme Aşaması	Sağlamlaştırma Aşaması
1. Karar Vericiler (Devlet-IGO-STK'lar)	Erişilebilir Turizm ve Ekonomik ve Sosyal Faydalarına Yatırım Yapmak	Eğitim, Öğretim ve Doğrudan Mali Yardım Yoluyla Destek	Ana Akım Önerilerde Standardizasyon, Daha İyi Bilgi ve Entegrasyon	Yerel Düşün, Küresel Hareket Et
2. Sürdürülebilirlik	Paydaşların Duyarlı Hale Getirilmesi	Kurum İçinde Personel Ataması	Kamu Özel Sektör Ortaklıkları	Tüm Yaşam Modeli
3. Ağ	Ağ Analizleri	Profesyonel Ağlar İçinde Bilgi Aktarımı	Toplantılar, Konferanslar	Destinasyonlarda Tüm Kategorilerde Erişilebilir Teklifleri Garanti Edin
4. Stratejik Planlama	Erişim Çeşitliliği İçin Farkındalık Yaratmak ve Bunlara Yönelmek	Envanter Oluşturma	Öneri ve Geri Bildirim Araçlarını İyileştirme	Pazarlama ve Reklam Stratejilerini İyileştirin
5. Teknolojik ve Bilgi Yönetimi	Teknolojik Araçları Kullanma	Personelin Bilgi Yönetimi	Düzenli Eğitim	Son Kullanıcı Dostu Turizm Ürünleri
6. Kaynakların Optimizasyonu	Mevcut Altyapıyı Kullanma	İyileştirme İçin Temel Değişiklikler	Stratejik Gelişim İçin Kaynakları Kullanma	Kaynak-Tabanlı Yönetim
7. İletişim	Kamuoyunu Bilgilendirmek İçin İlk Adım	Erişilebilir Turizm Mesajları	Sosyal Medya Aracılığıyla Ana Akım İçindeki Bilgiler	Sürdürülebilir İletişim

Kaynak: Polat ve Hermans (2016, s. 131).

Seyahat acentalarının, engellilere uygun organizasyonlar düzenlemesi ve nitelikli personel istihdam etmesi gerektiği konusunda da ısrar etmektedirler. Huber (2014), yaşlıların turizm katılımının azalmasının nedeninin, yaşa bağlı kısıtlayıcı faktörler ve uygun turizm ürünlerinin eksikliği olduğunu bildirmektedir. Bu çalışma, turizm ürünlerinin yaşlı dostu turizm bileşenlerine uygun olması gerektiğini öne sürmektedir. Vila vd. (2015), İspanya ve Avustralya'nın turizm bölgelerinde erişilebilir turizm için destinasyon rekabet gücünü incelemek amacıyla bir araştırma yürütmüşler ve çalışmaları sonucunda, rekabet edebilirlik faktörlerinin ülkeye bağlı olduğunu ve her ülkenin belirleyicilik ve önem açısından farklı olduğunu göstermişlerdir. Erişilebilir turizme yönelik net bir politik stratejinin oluşturulması gerekliliğini vurgularlar ve erişilebilirlik düzenlemelerinin yapılmasını önermektedirler. Yürük & Avcı (2008), Türkiye'de engelli turizmine yönelik yeterli çalışmaların yapılmadığını ve seyahat acentalarının bu konuda uzmanlaşması gerektiğini belirtmektedir. Albayrak (2015), turizm endüstrisinde restoranların engelli bireylerin uzak durduğu işletmelerden biri olduğunu bildirmektedir. Restorana giriş ve çıkışlarda yaşanabilecek sorunlar, fiziksel engellilere uygun yemek yeme alanlarının eksikliği, yemek yerken çekilen güçlük ve toplumsal ötekileştirmenin, engelli bireyleri bu işletmelerden uzak tutan nedenler olduğunu belirtmektedir.

Bu çalışma Afyonkarahisar'ın geriatri (ileri yaş) turizmi ve erişilebilir turizm açısından değerlendirilmesi amacıyla kaleme alınmıştır. Yukarıda bahsi geçen genel sonuçlar ışığında, Afyonkarahisar'da yaşlı ve engelli turizmine yönelik öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- Afyonkarahisar'da bulunan üniversitelerde yaşlı ve engellileri temele alan bölüm/ler kurulabilir ve bu yönde eğitilmiş bireyler yetiştirilebilir. Ek olarak, fakülte ve yüksekokullarda yer alan ders müfredatlarına yaşlı ve engelliler ile ilgili dersler konulabilir. Uygulama için şehirdeki oteller ile anlaşmalar yapılarak hem işletmeler hem de öğrenciler teşvik edilebilir. Bu sayede alanda uzman bireyler yetiştirilebilir ve konaklama ve seyahat acentaları başta olmak üzere sektöre ciddi katkılar sunulabilir.
- 2005 yılında hazırlanmış ve yürürlükte olan yaşlı ve engellileri içine alan yasanın güncellenmesi, temellerinin güçlendirilmesi ve daha cazibedici maddeler eklenmesi için yerel yönetimlerin merkezi yönetimle iletişimlerini kuvvetlendirmesi ve bu kazanımların elde edilmesi için daha fazla çaba harcaması gereklidir. Ayrıca, Afyonkarahisar özelinde de yerel yöneticiler, sivil toplum kuruluşları ve otel yöneticileri birlikte çalışarak destekleyici girişimler ve kampanyalar başlatabilirler.
- Literatür kısmında da açıkça belirtildiği üzere, yaşlı ve engelli turizmine yönelik en büyük sorun bilgi eksikliğidir. Bu nedenle, özellikle konaklama ve otelcilik sektörü yöneticileri, sahip olunan termal kaynakları da göz önünde bulundurarak yaşlı ve engelli turizmine yönelik web sayfalarında güvenilir bilgi sunumu (web sayfaları ve diğer sosyal medya ortamlarında) gerçekleştirmeli ve ilgili eksiklikleri gidermelidir. Otel yöneticileri, bu durumu sadece yerel olarak düşünmemeli ve bu bilgilerin

en az 3 yabancı dilde de sayfalarında yayımlanmasına özen göstermelidir.

- Konaklama ve otelcilik sektörü yaşlı ve engelli turizmine yönelik çeşitli kampanyalar yapsa bile, yaşlı ve engelli bireyler bu durumdan habersiz olabilmektedir. Bu yüzden, bu gruplar için farkındalık uyandırma çalışmaları ile reklam ve promosyon çalışmaları yapılmalıdır. Bu bağlamda hem ulusal hem de yerel gazete, radyo, televizyon ve internet haber sitelerinde çeşitli söyleşi ve haberler yapılabilir.
- Afyonkarahisar şehri termal turizmin başkenti mottosuyla hareket etmektedir ve termal suyun tedavi ve dinlenme maksadıyla kullanımı sebebiyle daha çok yaşlı ve emekli grubuna hitap etmektedir. Bu yüzden, bu cezbedici yönler kullanılarak hem yerli hem yabancı emekli gruplarının Afyonkarahisar'a göç etmesi teşvik edilebilir. Burada İngiliz kökenli emekli vatandaşların, İspanya başta olmak üzere İtalya ve Portekiz gibi ülkelerde yaşadıkları veya Rus ve Ukraynalı vatandaşların da Alanya ve Antalya gibi şehirlerimizde yaşadıkları örnekler temel alınabilir.
- Practitioner (1999)'ın da vurguladığı gibi, yaşlıların ulaşım ve seyahat ihtiyaçları ile ilgili çalışmalar yapılmalıdır. Örneğin, konaklama işletmeleri, yaşlı ve engelli bireyleri onlar için özel hazırlanmış (tekerlekli sandalye ile binilen araçlar vb.) araçlar ile havaalanı veya şehirler arası otogarlardan transfer işlemleri yapmalı veya bu hizmetleri sağlayacak olan firmalar ile anlaşmalar yapılmalıdır.
- Lam vd. (2020), refakatçilerin yaşlı ve engelli bireyler için rolünün çok değerli olduğunu belirtmektedir. Örneğin, görme engelli bir kişinin bir cazibe merkezini onun bakımıyla ilgilenen bir refakatçi ile ziyaret etmesi olağandır. Bu nedenle, plan ve politika yapımcılar, otel işletmeleri, seyahat işletmeleri, tur operatörleri bu durumu göz önünde bulundurarak hareket etmelidir. Bilgi engeli en önemli endişelerden biri olsa da turizm etkinliklerine katılmada bir refakatçi bu engeli aşmak için güvenilir bir araçtır. Bu bağlamda, konaklama ve otelcilik sektörü refakatçiler için indirimli fiyatlar belirleyebilir ve mevcut müşteri portföyüne yeni bir grup ekleyerek karlılıklarını artırabilir.
- Yaşlı ve engelli turistlerin zaman ile ilgili bir sınırlaması yoktur. Bu yüzden, konaklama ve otelcilik sektörü yoğun olmayan sezon için yaşlı ve engelli turizmine yönelik pazarlama stratejileri geliştirebilir. Bu şekilde, hem otelin doluluk ve karlılık oranı hem de sezonun uzaması mümkün olabilir. Örneğin, 7 gün kal, 6 gün öde şeklinde bir yol izlenebilir.
- Konaklama ve otelcilik sektörü yaşlı ve engelli turistlerin kazanılması için farklı satış ve pazarlama stratejileri kullanılabilir. Örneğin, engelliler için indirimli fiyat politikaları uygulayabilir.
- Yaşlı ve engelli turistlerin durağan yaşantılarından kurtulmak için daha fazla ödemeye gönüllü olması nedeniyle, konaklama ve otelcilik sektörü bu gruba yönelik sunacakları hizmetlerinde kaliteyi ön planda tutmaları gereklidir. Bu noktada, sunulan hizmetlerde detaylara önem vererek (yeme, içme, ulaşım ve personel gibi) kalite odaklı olmalıdır.

- Engelli ve yaşlı bireylerin Afyonkarahisar'da turizm faaliyetlerine katılımlarını teşvik etmek için özellikle ulaşım ve konaklama açısından sosyal sorumluluk projeleri geliştirilmelidir ve bu konuda başta valilik olmak üzere belediyeler de sorumluluk almalıdır.
- Afyonkarahisar'daki seyahat acentaları yaşlı ve engelli turizmine yönelik tur programları düzenleme yoluna gitmelidir ve bu konuda seyahat acentalarının uzmanlaşması kendilerine uzun vadede büyük getiriler sağlayabilir. Ayrıca, seyahat acentaları yaşlı ve engelli kişilere hizmet edecek nitelikli personel istihdam etmelidir. Bu konuda en büyük katkı, şehirde yer alan üniversitelerimizde yaşlı ve engelli turizmine yönelik bölüm kurmak ve nitelikli elemanlar yetiştirmek olacaktır.
- Yaşlı ve engelli turistlerin yaşam standartlarını artırmak için Afyonkarahisar'da çeşitli spor etkinlikleri (futbol, basketbol, okçuluk), konserler, müze gezileri ve piknikler düzenlenebilir. Bunun için, valilik ve belediye başta olmak üzere sivil toplum kuruluşları bir araya gelerek, 3 Aralık Engelliler Günü'nü de içine alacak bir biçimde farklı günlerde farklı etkinliklerin yapıldığı "Afyonkarahisar'da engelsiz bir hafta" şeklinde kutlamalar yapılabilir.
- Afyonkarahisar'daki yiyecek işletmeleri yerel yönetimlerle çalışarak, yaşlı ve engelli turistlerin araç park yeri ile ilgili güçlüklerine çözümler bulmalıdır. Çünkü park etme ve park alanından restorana geçiş yolu kullanıma uygun değilse, bireyler gelmemeyi tercih edebilirler. Ayrıca, yiyecek işletmeleri, (varsa) giriş merdivenlerini yaşlı ve engelli bireyler için bir rampa yardımıyla uygun hale getirmelidir. Ayrıca, restoranlarda masalar arası geçiş alanları ve koridorlar engelli ve yaşlı kişiler göz önünde bulundurularak düzenlenmelidir. Üst katlara erişim sağlamak amacıyla engelli bireyler için asansörlerin ve yaşlı bireyler için de yürüyen merdivenlerin olması gereklidir. Diğer bir konu da tuvaletlere erişim ve orada bulunan klozet ve lavaboların kullanımınıdır. Bu durumlar için de gerekli alanların sağlanmış olmasına özen gösterilmelidir.

Bu çalışmanın çeşitli sınırlılıkları bulunmaktadır. Örneğin, bu çalışma nitel bir çalışmadır ve içerik analizi ve saha incelemesine dayanmaktadır. İleride yapılacak çalışmalarda nicel yöntemler kullanılarak veriler elde edilmek suretiyle genelleştirilebilir sonuçlar ortaya konulabilir. Bu konuda Afyonkarahisar'ı içine alarak yapılan çalışmaların azlığı dikkat çekicidir. Dahası, çalışma kapsamında sadece Afyonkarahisar'da geriatri ve engelli turizmi incelenmiştir. Bu bağlamda, gelecekte yapılacak çalışmalar medikal veya sağlık turizmi gibi kavramları da içine alabilir ve çalışmalar gerçekleştirilebilir.

6. Kaynakça

- Albayrak, A. (2015). Fiziksel Engelli Bireylerin Restoranlarda Karşılaştıkları Ergonomik Sorunlar, *15. Ulusal Turizm Kongresi*, 13-16 Kasım 2014, Kongre Bildiri Kitapçığı, 62-77, Ankara.
- Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı (2023). *Parlemlenterlere Yönelike El Kitabı*, Erişim Adresi: www.aile.gov.tr/media/5608/parlemlenterlere-yonelike-el-kitabii.pdf (Erişim Tarihi: 22.02.2023).
- Artün, S. (2018). *Otel Yapılarında Engelli Bireye Yönelik Çözümler*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Işık Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Avrupa Komisyonu (2014). *Economic Impact and Travel Patterns of Accessible Tourism in Europe*. Brussels. Erişim Adresi: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/5566/attachments/1/translations/en/renditions/native> (Erişim Tarihi: 08.08.2022).
- Avrupa Komisyonu (2016). *Tourism for All*, https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-funding-and-businesses/business-portal/accessibility_en (Erişim Tarihi: 06.01.2023).
- Ayyıldız, T., Atay, H. & Yazıcı, A. (2014). Konaklama İşletmelerinin Engelliler İçin Olanakları Ve Yöneticilerin Görüşleri: Kuşadası Örneği, *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 2, 84-100.
- Bieger, T., & Laesser, C. (2001). Segmenting Travel on the Sourcing of Information. In *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure*, 153-167.
- Boonpat, O., Yolthasart, S. & Utchaya, N. (2022). Wellness tourism activity model development to promote tourism market for Thai elderly tourists in Chiang Rai province. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 25(2), 1-12.
- Buj, C. (2010). *Paving The Way to Accessible Tourism*, *International Centre for Responsible Tourism Leeds Metropolitan University*. <https://trademix.com.br/wp-content/uploads/2021/01/27-Paving-the-way-to-accessible-tourism.pdf> (Erişim Tarihi: 08.11.2022).
- Bulgan, G. (2015). Dünyada ve Türkiye'de Engelli Turizmi ile ilgili Yapılan Çalışmalar, *Akademik Bakış Dergisi*, 50, 102-125.
- Bulgan, G., Arslan, R., & Şen Demir, Ş. (2019). Engelli Bireylerin Otel İşletmelerinde Karşılaştıkları Sorunlar, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 121-134.
- Cassia, F., Castellani, P., Rossato, C. & Baccarani, C. (2020), "Finding a way towards high-quality, accessible tourism: the role of digital ecosystems", *The TQM Journal*, 33(1), 205-221.
- Cavinato, J. L., & Cuckovich, M. L. (1992). Transportation and Tourism for the Disabled: An Assessment, *Transportation Journal*, 31(3), 46-53.
- Centers for Disease Control and Prevention CDC (2022). *Traveler's health*, <https://www.cdc.gov/>, (Erişim Tarihi: 08.10.2022).
- COMCEC (2020). *Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation, Developing Medical Tourism in the OIC Member Countries*, <https://www.comcec.org/wp-content/uploads/2021/07/Developing-Medical-Tourism-in-the-OIC-Countries-Report.pdf>, (Erişim Tarihi: 09.08.2022).
- Çullu Kaygısız, N. (2021). Sağlık Turizmi Yetki Belgesi Bulunan Seyahat Acentelerinin Web Sitenin Değerlendirilmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1): 152-163.
- Daniels, M. J., Rodgers, E. B. & Wiggins, B. P. (2005). Travel Tales: An Interpretive Analysis of Constraints and Negotiations to Pleasure Travel As Experienced By Persons With Physical Disabilities, *Tourism Management*, 26(6), 919-930.
- Darcy, S. (2010). Inherent complexity: Disability, accessible tourism and accommodation information preferences. *Tourism Management*, 31(6), 816-826.

- Darcy, S., & Dickson, T. J. (2009). A Whole-Of-Life Approach To Tourism: The Case For Accessible Tourism Experiences, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16, 32-44.
- Deville, E. L. & Moura, A. A. (2021). *Travel by People with Physical Disabilities: Constraints and Influences in Decision-Making Process*, Chapter 3, 55-73, IGI Global.
- Doğru, H., Kaygalak, S., Miral Cavdırılı, C. & Bahceci, V. (2014). E-Complaints of disabled individuals against the tourism service. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 2, 33-47.
- Eichhorn, V., Miller, G., Michopoulou, E., & Buhalis, D. (2008). Enabling Access to Tourism through Information Schemes. *Annals of Tourism Research*, 35(1), 189-210.
- Erdem, H. (2015). Added Value of Health Tourism and its Potential in Bursa, *The Russian Academic Journal*, 31(1), 136-140.
- Erkılıç, C.E. & Eren, A. (2020). Seyahat Acentalarında Yaşlı ve Engelli Yerli Turistlere Sunulan Hizmetlerin Değerlendirilmesi, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 55(1), 564-585.
- Ferrer JG, Sanz M.F., Ferrandis E.D., McCabe S. & Garcia JS (2016) Social tourism and healthy ageing. *Int J Tourism Res*, 18:297-307.
- Ferrer, J. G., Sanz, M. F., Ferrandis E. D., McCabe, S. & Garcia, J. S. (2015). Social Tourism and Healthy Ageing, *International Journal of Tourism Research*, 18(4), 297-307.
- Glover P. & Prideaux B. (2009). Implications of Population Aging for the Development of Tourism Products and Destinations. *Journal of Vacation Marketing*, 15, 25-37.
- Green, B. (2005). *Marketing to Leading-edge Baby Boomers*, Paramount Publishing, Ithaca, NY.
- Göde, M. Ö. & Öncel, S. (2016). Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Engellilere Yönelik Düzenlemelerin İncelenmesi: Eskişehir Örneği, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 8(2), 189-201.
- Hansen, S. N. (2017). *Accessible Tourism - A Study of the Role of Accessibility Information in Tourists' Decision-Making Process*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aalborg University Erişim Adresi: https://projekter.aau.dk/projekter/files/261963872/Master_Thesis_Accessible_Tourism.pdf (Erişim Tarihi: 14.12.2022).
- Hongsranagon, P. (2006). Japanese Senior Tourists – An Untapped Potential in Thailand's Tourism Industry, *The Journal of Behavioral Science*, 1(1), 55-61.
- Horneman, L., Carter, R. W., Wei, S. & Ruys, H. (2002). Profiling the Senior Traveler: An Australian Perspective, *Journal of Travel Research*, 41, 23-37.
- Engelli.com (2022). *Engelli Kişisi Sayısı*, <https://www.engelli.com/engelli-kisi-sayisi/> (Erişim Tarihi: 26.07.2022).
- Erdoğan, İ. (2007). *Pozitivist Metodoloji (2. bölüm)*. Erk Yayınları, Ankara.
- Huber, D. (2015) *The impact of life events on the tourism behaviour of senior citizens in Freising, Germany*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Auckland University of Technology, Yeni Zelanda.
- IGI Global (2023). *What is disability?*, <https://www.igi-global.com/dictionary/identifying-barriers-enablers-supporting-learners/7825> (Erişim Tarihi: 11.01.2023).
- Kozak, M. & Toker, A. (2015). Engelliler ve Turizm- Seyahat Acentası Yöneticilerinin ve Engelli Bireylerin Algılamaları, 15. *Ulusal Turizm Kongresi*, 13-16 Kasım, 2014, Kongre Bildiri Kitapçığı, ss 1176-1191, Ankara.
- Lam, K. L., Chan, C.S. & Peters M. (2020). Understanding technological contributions to accessible tourism from the perspective of destination design for visually impaired visitors in Hong Kong, *Journal of Destination Marketing & Management*, 17(100434), 1-9.
- Martin L. & Preston S. (1994). *Demography of Ageing*. National Academy Press: Washington, DC.
- Morgan N., Pritchard A. & Sedgley D. (2015) Social tourism and well-being in later life. *Annals of Tourism Research*, 52, 1-15.
- National Library of Medicine (2023). *Definitions of Disability*, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK44671/#understandingdisability.s1> (Erişim Tarihi: 18.01.2023).
- Nella, A. & Christou, E. (2016). Extending tourism marketing: Implications for targeting the senior tourists' segment. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 2(1), 36-42.
- Neves, J. (2008). The Attractiveness of Portugal as a Tourist Destination, By Mature Domestic Travelers. Conference Book Proceedings, *1st EuroMed, EuroMed Academy of Business*, 520-538.
- Öndül, G. (2015). *Engelli Bireylerin Konaklama İşletmesi Odaklı Turizm Algıları ve Engelli Turizm Pazarına İlişkin Öneriler: Antalya İli Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Isparta.
- Özeren, M. (2019). *Turizm Paydaşlarının Bakış Açılılarıyla Engelli Turizmi: Konya Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Konya.
- Özgen, İ. & Kırlar, B. (2014). Alışveriş Merkezlerinin Fiziksel Engeller Açısından İncelenmesi: İzmir Örneği, *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 2, 48-66.
- Packer, T. L., Mckercher, B., & Yau, M. K. (2007). Understanding the complex interplay between tourism, disability and environmental contexts. *Disability and Rehabilitation*, 29(4), 281-292.
- Patterson, I. (2006). *Growing Older Tourism & Leisure Behaviour of Older Adults*. Wallingford, Oxfordshire, UK; Cambridge, MA: CABI Publishing, England.
- Polat, N. & Hermans, E. (2016). A model proposed for sustainable accessible tourism (SAT). *Review of Applied Management Studies*, (14), 125-133.
- Practitioner Workshop Participant's Manual (1999). *Older Driver Highway Design Handbook*, Honolulu.
- Rummel, A. M. (2008). *Travel By People With Physical Disabilities: A Diffusion Study Focused On Opinion Leadership*, Michigan State University, Department of Community, Agriculture, Recreation And Resource of Studies.
- Schröder, A. & Widmann, T. (2007). Demographic Change and its impact on the travel industry: Oldies-nothing but goldies? İçinde, En R. Conrady y M. Buck (Ed.), *Trends and issues in Global Tourism*, (ss. 3-17). Springer. Berlin.
- Sikder, S. (2010). *An Analysis of the Travel Patterns and Preferences of the Elderly*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, University of South Florida, Master of Science in Civil Engineering Department of Civil and Environmental Engineering, College of Engineering, Amerika.
- Şenol, F., Oktay, K. & Özmen, M. (2016). Engelli Turistlere Yönelik Otel Uygulamaları: Antalya Yöresi Örneği, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13, 74-91.
- Marcus L. Stephenson (2013) Accessible tourism: concepts and issues, *Annals of Leisure Research*, 16(3), 270-274.
- Takayama Declaration (2009). *APPENDIX: Definition of Terms used in these recommendations*, https://www.accessibletourism.org/resources/takayama_declaration_top-e-fin_171209.pdf (Erişim Tarihi: 22.01.2023).
- Tek, T. (2018). *Leisure Constraints and Negotiation Strategies in Tourism Recreation: A Comparative Research with Different Cultures*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, ODTÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Telliöğlü, S. (2019). Avrupa Birliği (Ab)'nin ve Bazı Gelişmiş Ülkelerin Engellilere Yönelik Sosyal Politikaları ve Sosyal Hizmetleri, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 34(6), 166-182.
- Temizkan, S., Özhasar, Y. (2020). Eskişehir'deki Seyahat Acentalarının Web Sitelerinin İçerik Analizi. *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(2), 116-129.
- Toften, K. & Hammervoll, T. (2009). Niche firms and marketing strategy, *European Journal of Marketing*, 43(11/12), 1378-1391.
- Tsartsara, S. I. (2018). Definition of a new type of tourism niche— The geriatric tourism, *Int J Tourism Res.*, 20, 796-799.
- Tufan, İ. (2014). Yaşlı ve Engelli Turizmi. www.itgevakif.com/pdfs/Ya%C5%9FI%C4%B1Turizmi_itufan_sicher.pdf (Erişim Tarihi: 09.11.2022).
- TÜRSAB (2017). Şehirler Arası Yolcu Taşıma Hizmeti ile Servis ve Turizm Taşımacılığı Hizmetinin Erişilebilir Hale Getirilmesine Dair Yönetmelik, https://www.tursab.org.tr/haberler/turizm-tasimaciligi-hizmetinin-erisilebilir-hle-getirilmesine-dair-yonetmelik-duyurusu_15687 (Erişim Tarihi: 01.08.2022).
- Uğurlu, K. & Kafa, N. (2016). Turizm Sektöründe Niş Pazarlama: Adıyaman Örneği, *3rd International Congress of Tourism & Management Researches*, 20-22 Mayıs, Antalya.
- United Nations (UN) (2013). *World Population Ageing, Population Division*, <http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WorldPopulationAgeingReport2013.pdf> (Erişim Tarihi: 02.02.2022).
- United Nations (UN) (2019). *Department of Economic and Social Affairs*, <https://www.un.org/development/desa/en/news/population/our-world-is-growing-older.html> Erişim Tarihi: 02.01.2023.
- United Nations (UN) (2006). *Convention On the Rights of Persons with Disabilities*, <http://www.un.org/disabilities/documents/convention/convoptprot-e.pdf> (Erişim Tarihi: 04.03.2022).
- United Nations World Tourism Organization, (UNWTO) (2005). *Accessible Tourism for All*. <https://www.unwto.org/accessibility> (Erişim Tarihi: 05.12.2022).
- United Nations World Tourism Organization, (UNWTO) (2016b). *Manual on Accessible Tourism for All*, <https://www.humanrights-in-tourism.net/sites/default/files/media/file/2021/rc110manual-accessible-tourism-al-1589.pdf> (Erişim Tarihi: 09.01.2023).
- United Nations World Tourism Organization, (UNWTO) (2016c). *Accessible Tourism for All: An Opportunity within Our Reach*, UNWTO, Madrid.
- United Nations World Tourism Organization, (UNWTO) (2016a). *Accessible Tourism, Theme of World Tourism Day 2016*. <http://media.unwto.org/press-release/2016-09-20/accessible-tourism-theme-world-tourism-day-2016> (Erişim Tarihi: 09.12.2022).
- Ültay, E., Akyurt, H. & Ültay, N. (2021). Sosyal Bilimlerde Betimsel İçerik Analizi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (10), 188-201.
- Ünlüönen, K., Tayfun, A. & Kılıçlar, A. (2007). *Turizm Ekonomisi*. Nobel Yayın Dağıtım. Ankara.
- Vigolo, V., Simeoni, F., Cassia, F. & Ugolin, M. (2017). *Older tourists' travel motivations and overall satisfaction at the destination: The case of Sirmione, 20th Excellence in Services, International Conference, Conference Proceedings*, <https://sites.les.univr.it/eisic/wp-content/uploads/2018/07/20-EISIC-Vigolo-Simeoni-Cassia-Ugolini.pdf> (Erişim Tarihi: 12.12.2022).
- Vila, T. D., Darcy, S. & Gonzalez, E. A. (2015). Competing for the Disability Tourism Market a Comparative Exploration of the Factors of Accessible Tourism Competitiveness in Spain and Australia, *Tourism Management*, 47, 261-272.
- Wongsamang, C. & Khankhang, P. (2019). *Traveler's VR: Virtual Reality for Elderly Tourism*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, School of International & Interdisciplinary Engineering King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Thailand.
- Woo, E., Kim, H. & Uysal, M. A. (2014). Measure of Quality of Life in Elderly Tourists. *Applied Research Quality Life*, 11, 65-82
- World Health Organization (2007). *World Reports on Disability*, <https://www.who.int/teams/noncommunicable-diseases/sensory-functions-disability-and-rehabilitation/world-report-on-disability> (Erişim Tarihi: 08.11.2022).
- World Health Organization (2001). *International Classification of Functioning, Disability and Health (ICF)* external icon. Geneva, Switzerland.
- World Health Organization (2002) *Active ageing: A Policy Framework?* http://www.who.int/ageing/publications/active_ageing/en/ (Erişim Tarihi: 10.12.2022).
- Yao, Y & Hou, P. (2019). Senior Tourism: The Sunrise Industry in the Sunset Crowd, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 20(5), 572-580.
- Yürük, E. Ö. & Avcı, N. (2008). Engelliler ve Turizm: Avrupa Birliği ve Türkiye Uygulamaları Üzerine Kavramsal Bir Karşılaştırma. *Avrasya Etüdüleri*, 34(2), 109-125.
- Zorlu, Ö. (2018). *Termal Turizm ve İşletmeciliği*. İçinde, S. Çelik (Ed.) ve B. Yalçın (Ed.), Sağlık Turizmi, Detay Yayıncılık. Ankara.



Tourism and Recreation

<https://dergipark.org.tr/tourismandrecreation>

E-ISSN: 2687-1971

Kruvaziyer sektörünün turizme, ekonomik ve sosyo-kültürel yapıya etkisinin belirlenmesine yönelik bir çalışma: Galataport Kruvaziyer Limanı

A study on the determination of the effects of cruise sector on tourism, economic and socio-cultural structure: Galataport Cruise Port

Yasemin Nemlioğlu^{1*}, Selma Erdoğan²

¹İstanbul Üniversitesi, Deniz Bilimleri ve İşletmeciliği Enstitüsü, yasemin.nemlioglukoca@istanbul.edu.tr, 0000-0003-2533-8078,

²İstanbul Üniversitesi, Deniz Bilimleri ve İşletmeciliği Enstitüsü, selmae@istanbul.edu.tr, 0000-0002-8356-0251

MAKALE BİLGİSİ/ARTICLE INFO

Araştırma / Research Article

Anahtar Kelimeler:

Denizcilik, Kruvaziyer Turizmi, Galataport, Çok Kriterli Karar Verme

Key Words:

Maritime, Cruise Tourism, Galataport, Multi-Criteria Decision Making

Gönderme Tarihi/Received Date:
02.03.2023

Kabul Tarihi/Accepted Date:
18.06.2023

Yayınlanma Tarihi/Published Online:
30.06.2023

DOI:
[10.53601/tourismandrecreation.1259178](https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1259178)

ÖZET

Kruvaziyer turizmi önemli deniz turizmi kaynaklarından biri olup, hızla büyüyen bir sektör olarak ülke ekonomilerine katkı sağlamaktadır. Türkiye, kruvaziyer turizmine elverişli özellikleriyle ve sektöre yapılan yatırımlarla Akdeniz havzasında yeni bir rota olarak talep görmektedir. Türkiye'nin en yüksek kapasiteli limanı olarak tasarlanan İstanbul Galataport Kruvaziyer Limanı'nın Türkiye'nin turizm gelirin'e büyük katkı sağlayacağı beklenmektedir. 2021 yılında açılan Galataport Kruvaziyer Limanı'nın bölgenin gelişiminde ve İstanbul turizmde olumlu etki yarattığı ve katkı sağladığı varsayılmaktadır. Bu çalışmada, Galataport Kruvaziyer Limanı'nın etkisinin belirlenmesinde Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemlerinden olan Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) kullanılmıştır. Çalışmanın amacı, Galataport Kruvaziyer Limanı'nın İstanbul turizmde, ekonomik ve sosyo-kültürel yapısında etkili olan faktörlerin etki ve önem derecelerini belirlemektir. Çalışmada 10 kriterin AHP analiziyle ağırlıkları saptanmış ve önem sıralaması yapılmıştır. Bulgulara göre Galataport'un İstanbul turizmde etkisinde Kruvaziyer Turizmde Pazar Payı kriteri en etkili faktör olarak öne çıkmaktadır.

ABSTRACT

Cruise tourism is one of the important sources of maritime tourism and contributes to the national economy as a rapidly growing sector. Turkey is in demand as a new route in the Mediterranean basin through its features suitable for cruise tourism and investments in the sector. It is expected that Istanbul Galataport Cruise Port, which is designed as the highest capacity port in Turkey, will make a great contribution to Turkey's tourism income. It is assumed that the Galataport Cruise Port, which was opened in 2021, has a positive impact and contributes to the development of the region and Istanbul tourism. In this study, Analytical Hierarchy Process (AHP), which is one of the Multi-Criteria Decision Making (MCDM) methods, was used in determining the effect of Galataport Cruise Port. The aim of the study is to determine the impact and importance of the factors that are effective in Istanbul tourism and its economic-socio-cultural structure through the Galataport Cruise Port. In the study, the weights of 10 criteria were determined and ranked their importance by AHP analysis. According to the results, the Market Share in Cruise Tourism criterion stands out as the most effective factor in the effect of Galataport on Istanbul tourism.

1. Giriş

Deniz turizmi, turistik gezinin merkezinde deniz ve denizden yararlanma olanaklarının bulunduğu, deniz araçlarıyla yapılan turizm amaçlı faaliyetler olarak tanımlanmaktadır. Deniz araçlarının gelişimiyle denize yönelik eğlence, dinlenme ve spor amacıyla yapılan faaliyetler çeşitlenmiş, insanların bu turizm alanına ilgileri ve katılımları artmıştır. Kruvaziyer turizmi ise deniz turizminin bir alt türü olarak, turistlerin kruvaziyer gemilerle önceden belirlenen güzergahlarda yolculuk ettiği ve turistik faaliyetlere katılım sağladığı turizm çeşididir. Kruvaziyer turizmi son yıllarda dünya çapında en hızlı

büyüyen alternatif turizm sektörü olarak kabul edilmektedir. Başlangıcı 1840'lı yıllara dayanan bir gezi türü olan kruvaziyer turizmi, 1960'lı yıllardan sonra modern ve lüks kruvaziyer gemilerle yapılan, konaklama ve eğlence amaçlı turistik kıyı ve deniz gezileri haline dönüşen yeni bir pazar haline gelmiştir. Kruvaziyer turizm operatörleri, belirli bir yolculuk için tema ve süre üzerinde çalışırken, müşterilerin değişen tatil ihtiyaçlarını karşılamak üzere farklılıklar da sunmaktadır. Kruvaziyer turizmde, gelir seviyesindeki artışla yüksek yaşam kalitesine sahip müşterilerin beklentilerine uygun olarak yeni güzergahlar, modern tasarımlı gemiler, çeşitli kara ve deniz faaliyetleriyle tüm dünyada giderek daha fazla talep gören bir

* Sorumlu yazar /Corresponding author.

Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi, Deniz Bilimleri ve İşletmeciliği Enstitüsü, yasemin.nemlioglukoca@istanbul.edu.tr, 0000-0003-2533-8078

turizm alanı yaratılmaktadır. Küresel nüfusun artan zenginliği ve yaşlanması, egzotik ve lüks tatil beldelerinin artan popülerliği ve turizm sektöründe yaratılan çeşitlilik, kruvaziyer sektörünün gelişmesine katkıda bulunmaktadır.

Kruvaziyer turizmi önemli deniz turizmi alanlarından biri olup, hem ulusal hem de küresel çapta hızla büyüyen bir sektör olarak ülke ekonomilerine katkı sağlamaktadır. Türkiye, kruvaziyer turizmi açısından dünyanın üç ana bölgesinden biri olan Akdeniz havzasında yer alan ülkedir. Kruvaziyer turizmine elverişli kıyı hattı, tarihsel/kültürel ve turistik özellikleri ve ulaşılabilir karasal alanlarıyla tercih edilen bir konumdadır. Bu kapsamda, özellikle 2000'li yıllar itibarıyla deniz ve kruvaziyer turizmi altyapılarına yapılan yatırımlarla Türkiye pazar payını artırmaya çalışmaktadır. Kruvaziyer turizmine hizmet verecek Türkiye'nin en yüksek kapasiteli ve altyapı olanaklı limanı şeklinde tasarlanan İstanbul Galataport Kruvaziyer Limanı 29 Ekim 2021 tarihinde hizmete girmiştir. Galataport Projesi'nin konumu, tesisleri ve işletme özellikleriyle, Türkiye'nin ihtiyacını karşılayacak kruvaziyer limanı ve altyapısıyla önemli bir turistik merkez haline gelmesi planlanmaktadır. Limanın Doğu Akdeniz'deki ana liman (turn-around/home-port) ihtiyacını karşılayacağı ve yıllık 1,5 milyon kruvaziyer turist hedefiyle Türkiye'nin turizm gelirine büyük katkıda bulunacağı beklenmektedir¹. Liman projesinin, konumuyla ve tesisleriyle kruvaziyer gemi ve turistlere hitap etmesinin yanı sıra, limanın İstanbul'un merkezinde yer alması nedeniyle, şehrin yeni odak noktası haline geleceği düşünülmektedir.

Bu çalışmada Galataport Kruvaziyer Limanı'nın bölgenin gelişiminde ve İstanbul turizmde etkili olduğu düşünülen faktörleri belirlemek, bu faktörlerin önem ve etki derecelerini saptamak, kriterleri karşılaştırmalı olarak değerlendirmek ve bu değerlendirmeler üzerinden ilgili karar vericilere farklı bir bakış açısı sunmak amaçlanmaktadır. Galataport Kruvaziyer Limanı'nın bölgenin gelişiminde ve İstanbul turizmde olumlu etki yarattığı ve katkı sağladığı varsayılmaktadır. Galataport ve kruvaziyer turizmi ile ilgili etki ve katkının belirlenmesinde, bu alanda karar vermede ya da uygulamada yetkili/görevli olan uzmanların görüşleri alınarak değerlendirme ve ölçme yapılmıştır. Literatürde Türkiye'de kruvaziyer turizmi üzerine az sayıda çalışmanın bulunması ve analizlerin yetersiz kalması nedeniyle, çalışmanın önemi ve gereği vurgulanarak alanda eksikliği gidereceği düşünülmektedir. Sonuç bölümünde ise bu konuda farkındalık yaratacak politika önerisinde bulunulmaktadır.

2. Dünya'da ve Türkiye'de Kruvaziyer Turizm

Kruvaziyer turizmi, dünya turizmi içinde son yıllarda hızla büyüyen deniz turizminin bir alt dalı olarak, planlı liman ziyaretlerini ve bu ziyaretler sırasındaki etkileşimleri içeren bir turizm türüdür. Kruvaziyer turizmi insanların denizde, çalışma saatleri dışında, temel amacının yolcu taşımacılığı olan bir gemide, belli bir ücret karşılığında farklı limanlara uğrayarak

yaptıkları, gezi unsuru içeren boş zaman etkinliği olarak tanımlanmaktadır (Wild & Dearing, 2000). Aynı zamanda "Cruise" sözcüğü denizde planlanan bir rotada belli limanlara uğrayarak zevk ya da tatil amacıyla yapılan gemi ya da tekne yolculuğu şeklinde açıklanabilir. Kruvaziyer gezisi, müşterilerine seyir ve liman ziyaretleriyle çeşitli turistik seçeneklerin bir arada sunulduğu ulusal ve uluslararası sulara yapılan deniz yolculuğudur. Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği (CLIA) tarafından kruvaziyer turizmi derin sularda iki gün ya da daha fazla sürede, gezinin önceden programlandığı, en az 100 yolcu kapasiteli gemiyle gerçekleştirilen turistik faaliyet olarak tanımlanmaktadır (CLIA, 2021). Ayrıca kruvaziyer turizmi hem deniz yolculuğu, hem de uğrak liman şehirlerinde yapılan konaklama, alış-veriş, eğlence, dinlenme, gezme gibi turistik ve sosyo-kültürel faaliyetleri de kapsamaktadır. Güvenilir ve lüks otel konforunda gerçekleştirilen yolculuklarda, yüksek kalitede ve kapsamlı hizmetler sunulması nedeniyle "yüzen otel" benzetmesi yapılırsa da, kruvaziyer gemi yolculuğu yüzen otelden daha fazlası olup, niş bir pazarda yapılan üst-orta gelir grubuna hitap eden deniz turizmi çeşididir (Biehn, 2006). Kruvaziyer turizminin ana unsurunu kruvaziyer gemi oluşturur; bu gemi aracılığıyla turistlere sunulan turistik deniz gezisinin yanında, yüksek kalitede konaklama, dinlenme, eğlence, spor, iletişim, kişisel bakım ve yenilenme, sağlık, alış-veriş vb. hizmetler de verilmektedir. Kruvaziyer turları gemi gezisi, uğrak limanlardaki etkinlikler, ulaşım ve konaklamayı içeren paket programlardan oluşur. Operatörlerin kruvaziyer turistler için hazırladıkları tur programları içinde, uğrak yapılacak limanlarda turistlerin ilgisini çekebilecek doğal, sosyo-kültürel ve tarihsel odak noktalarının yanı sıra, alış-veriş, eğlence ve sosyal etkinlik olanaklarına da öncelik sağlamaları önemlidir. Kruvaziyer gemiler ise, gezi, eğlence ve spor amacıyla önceden belirlenmiş program ve rotada seyreden, deniz turizmi ticaretinde kullanılmaya uygun konaklama, yeme, içme, eğlence, dinlenme, spor etkinliklerine uygun üniteleri bulunan, denize elverişli olan deniz turizmi aracıdır (Deniz Turizmi Yönetmeliği, 2009, Madde 22.1.). Kruvaziyer limanı ise, deniz araçlarına navigasyon, manevra, yanaşma, bağlanma, barınma, karaya çekilme hizmetleri sunan ve bu hizmetleri ilgili mevzuat hükümleri uyarınca yeterli emniyet düzeyini sağlayacak şekilde fiziki özelliklere göre tasarlanmış alt yapıya sahip ve tesisten beklenen turizm hizmetinin en iyi biçimde verilmesini sağlayacak nitelikleri taşıyan, gerekli donanım, tesisat ve üst yapı ile yeterli kara, deniz alanı ve kara ulaşım bağlantılarına sahip, yerli ve yabancı ziyaretçilerin giriş ve çıkışlarında dinlenme, yeme, içme, konaklama ve alış-veriş gibi sosyal ve ticari üniteleri bulunan deniz turizmi tesisleridir (Deniz Turizmi Yönetmeliği, 2009, Madde 5.1. ve 8.1.). Kruvaziyer limanı genel olarak, kruvaziyer operatörleri tarafından organize edilmiş turlarla seyahat eden kruvaziyer turistlerin taşındığı kruvaziyer gemilerinin bağlandığı, gemilere yönelik liman hizmetlerinin verildiği, yolcuların ülkeye giriş ve gümrük işlemlerinin yapıldığı, şehir ve ülke turistik imajını

¹Galataport, (2022), <https://www.galataport.com/tr/hakkimizda/proje-hakkinda>. Yıllık kruvaziyer turist sayısı tahminini dönemin Özelleştirme İdaresi Başkan Vekili Ahmet Aksu (<https://www.haberturk.com/ekonomi/makro-ekonomi/haber/513330-sosyete-port>) ve dönemin Beyoğlu Belediye Başkanı Ahmet Mişbah Demircan (<https://www.iha.com.tr/haber-galataport-projesi-havadan-goruntulendi-607324/>) tarafından 3 milyon, dönemin Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy (<https://www.galataport.com/tr/haberler/galataport-milyon-turist>) tarafından 2,5 milyon olarak belirtilmiştir.

destekleyen turistik işletme ve fonksiyonlara (konaklama, dinlenme, eğence, alış-veriş, yeme-içme, danışma, bankacılık, iletişim vb.) sahip, kruvaziyer gemilerin yanaşmasına ve yolcuların indirilme-bindirilmesine uygun kıyı yapıları ve tesisleridir. Limanların kruvaziyer turizm faaliyetleri içinde liman olarak yer almalarında ana özelliklerine ek olarak belirleyici 3 özelliğe de sahip olması gerekmektedir:

1. Limanın kruvaziyer güzergahları içinde yer almasını ve programlara entegrasyonunu sağlayabilecek uygun coğrafi konum.

2. Limanın bulunduğu bölgenin sosyo-kültürel, tarihsel ve turistik özellikleri ve çekiciliği.

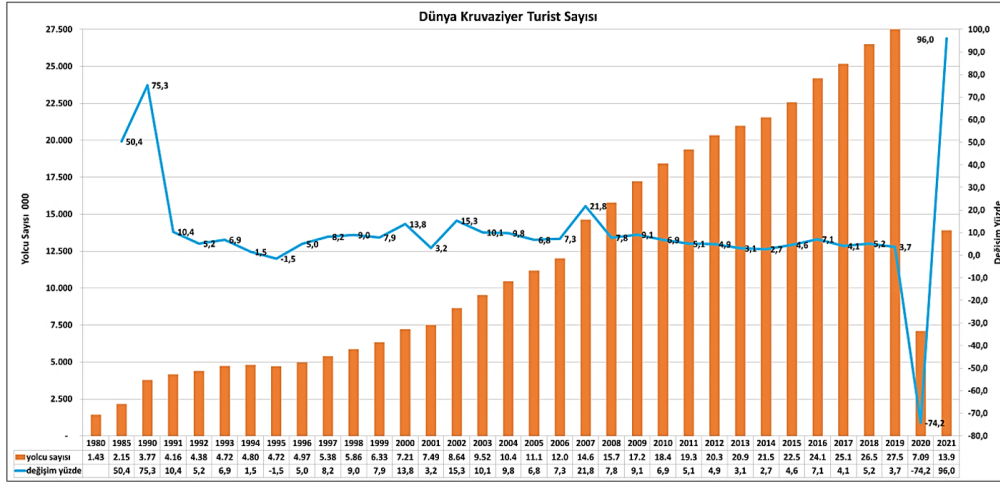
3. Limanın ulaşılabilirliği ve güvenliği.

Kruvaziyer limanları verdikleri hizmetlere göre ana liman, ara liman ve hibrit liman olarak ayrılmaktadır. Ana liman (Homeport/Turnaround/Baseport) kruvaziyer gezisinin başladığı ve bittiği, kruvaziyer turistin gemiye katıldığı ve gezi sonrasında ayrıldığı, geminin ihtiyaçlarının karşılandığı limandır. Ara/uğrak liman (Transit Port/Ports of Call/Way Port) kruvaziyer gezisinin önceden belirlenmiş programı içinde günübürlük ziyaret edilen limanlardır. Hibrit liman ise hem ana liman hem ara/uğrak liman işlevi gören interporting işlemleri yani ara yolcu katılımları yapılabilen limanlardır (Rodrigue & Notteboom, 2013; Pallis vd., 2022). Ana ve hibrit limanlarda yolcuların ve mürettebatın kalış süreleri, dolayısıyla harcama miktarları fazladır. Bu nedenle kruvaziyer sektöründen daha fazla gelir sağlamak isteyen ölkeler limanlarını ana ya da hibrit liman haline getirmeye çalışmaktadırlar.

Denizyoluyla yolcu taşımacılığı olarak ortaya çıkan kruvaziyer turizmi 1850'li yıllarda Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve İngiltere merkezli gemi işletmeleri tarafından gerçekeştirilmiştir. O yıllarda yolcu ve turistik gemileri arasında açık bir ayrım olmadığı için, özellikle yüksek gelirli Avrupalı yolcular tarafından Atlantik geçişlerindeki yolcu gemileriyle yapılan seferlere büyük bir ilgi gösterilmiştir. 20. yy. başlarında İngiltere ve Almanya'nın her alanda olduğu gibi kruvaziyer gemi yapımında da yürüttükleri yarış, bu gezilere yönelik ilgiyi artırmış, özellikle seçkin sınıf bir eğence türü olarak Transatlantik, Karayipler, Kanarya Adaları ve Akdeniz güzergahlarındaki gezileri tercih etmiştir. I. Dünya Savaşı ve sonrasında 1929 Büyük Buhran yıllarında kesintiye uğrayan kruvaziyer seferleri, 1930'dan sonra Almanya tarafından "Eğlen, Güç Kazan" sloganıyla desteklenmiştir. Ancak Almanya'nın kruvaziyer turizmde yarattığı bu ivme II. Dünya Savaşı'ndan sonra sürdürülememiştir (Üçüşık & Kadıoğlu, 2001). II. Dünya Savaşı sonrasında toparlanma dönemiyle birlikte, 1960'lı yıllar modern kruvaziyer turizmi için bir dönüm noktası olmuştur. Hava yolu şirketlerinin düzenli yolcu seferlerine başlamalarıyla, deniz yolcu taşımacılığında kruvaziyer gemiler tamamen konaklama ve eğence amaçlı lüks turistik kıyı ve deniz gezilerine hizmet veren bir yapıya kavuşmuştur. Yunan armatörler tarafından Adalar Denizi'nde yapılan turlar, Transatlantik rotasından farklı olarak Okyanusyaya, Bermuda ve Havai Adaları turları gibi popülerlik kazanan güzergahlara 1990'lı yıllardan itibaren, Güneydoğu Asya, Avustralya, Güney Afrika ve Amerika turları eklenmiştir.

Günümüzde kruvaziyer turizmi Karayipler, Akdeniz ve Güneydoğu Asya/Okyanusyaya olmak üzere 3 ana bölgede, Alaska, İşkandinavya, Güney Amerika, Güney Afrika, Kuzeybatı Avrupa, Bermuda, Kanarya, Havai ve Hint Okyanusu Adaları alt bölgelerinde gerçekeşmektedir. Sektörün büyüme stratejileri, daha büyük kapasiteli yeni gemiler inşa edilmesi ve yapının çeşitlendirilmesi, daha fazla yerel liman uğraklı rotalar programlanması, daha fazla sayıda ve çeşitte güzergahın belirlenmesi ve tüketicilerin taleplerini karşılayan gemide/karada yeni faaliyetlerin programlanması şeklinde yürütölmektedir. Kruvaziyer turizmde en önemli gelişme pazarın küreselleşmesidir; bu nedenle operatörler dikkatlerini geleneksel bölgelerin dışına çevirirken, ABD ve Kanada dışındaki potansiyel turistlere de ulaşarak pazarlarını genişletmektedir. Pazardaki yüksek talep kruvaziyer operatörlerini, güzergah ve limanlardaki ürün ve olanakları çeşitlendirmeye ve farklılaştırmaya yöneltmektedir. Ayrıca kruvaziyer şirketleri pazar paylarını artırmak için, düşük gelir ve genç yaş gruplarına yönelik farklılaştırılmış gezi programları oluşturarak potansiyel müşteri sayılarını artırmayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda kruvaziyer gemi kapasiteleri de büyüme eğilimindedir ve bu gemilere hizmet sağlayan limanların da genişlemesi ve kapasitesinin artması beklenmektedir. Gezilerin etkinliğini artırmak ve yönetebilmek, büyüyen gemi boyutlarına ve sayısına hizmet verebilecek kruvaziyer limanının organizasyonunu ve düzenlenmesini, güzergahlardaki limanların çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkilerinin belirlenerek olumsuz etkilerin en aza indirgenmesini zorunlu kılmaktadır (Weeden vd., 2011).

şekil 1'de verilen dünya kruvaziyer turist sayılarına bakıldığında 1980 yılında 1,4 milyon olan turist sayısı yüksek oranlı ve düzenli bir artışla 2019 yılında 27,5 milyona ulaşmıştır ve ortalama yıllık büyüme 1990-2019 yılları arasında % 7 olarak gerçekeşmiştir. CLIA 2019 verilerine göre sektörün küresel ekonomiye katkısı 154,46 milyar ABD doları, toplam geliri 50,5 milyar ABD doları, toplam istihdama katkısı ise 1.166.213 kişidir. Kruvaziyer turizminin en önemli seyir rotaları Karayipler, Bahamalar, Bermuda ve Havai Adaları, Kanada, Transatlantik, Kanarya Adaları, Afrika/Ortadoğu, İşkandinavya, Panama Kanalı/Güney Amerika, Avustralya/Yeni Zelanda/Pasifik Adaları, Alaska, Batı ve Doğu Akdeniz, Kuzey Avrupa, Asya/Çin'dir (CLIA, 2020). Bu seyir rotaları üzerinde 2000 limanda kruvaziyer gemilere hizmet verilmektedir. Cruise Market Watch'a göre son yıllarda kruvaziyer turizmde katılan yolcuların kökeni % 48'i Kuzey Amerika, % 25'i Avrupa, % 16,7'si Asya, % 5,8'i Avusturalya-Yeni Zelanda, % 3,5'i Güney Amerika ve % 1'i Orta Doğu-Afrika'dır. Pazardaki payı en yüksek olan şirketler yolcu sayısı bazında % 42 ile Carnival, % 23,6 ile Royal Caribbean International, % 9,5 ile Norwegian Cruise Line'dir. Bu açıdan kruvaziyer sektörü oligopol bir yapı içerir ve kruvaziyer şirketleri piyasayı belirler. Güzergahlar, kruvaziyer turistlerin istek ve beklentilerine göre, bu şirketlerin ve tur operatörlerinin seçimiyle belirlenmektedir. Bir kruvaziyer gezi süresi ortalama 7,2 gündür. Yolcuların 7 günlük turda ortalama harcama miktarı 1.714 ABD doları, gemide 497 ABD doları, limanlarda ise 750 ABD dolarıdır. Kruvaziyer turizmde katılan turistlerin profiline bakıldığında % 54'ü 40-49 ve 60+ yaş aralığında, % 75'i lisans mezunu, % 78'i evli, % 63'ü çalışan ve % 20'si emekli, % 62'si 100-300.000 ABD doları yıllık gelire



Şekil 1. 1980-2021 Yılları Dünya Kruvaziyer Turist Sayısı

Kaynak: Cruise Market Watch, 2022

sahip kişilerden oluşmaktadır (Cruise Market Watch, 2022). Kruvaziyer turizmi, 2019 yılı sonunda başlayan ve 2020-2021 yıllarında da devam eden küresel Covid-19 salgının olumsuz etkisiyle büyük kayıp yaşamıştır. 2020-2021 yıllarında sektör % 74,22'lik kayıpla 7 milyon turisti ağırlamış, salgın sektörteki küçük ve orta ölçekli işletmeleri geniş ve kapsamlı şekilde olumsuz etkilemiştir. Salgının başlarında yolcuların ve mürettebatın alınan önlemlerle gemide tutulmaları, karaya çıkışlarının engellenmesi ve sonraki dönemlerde uluslararası sularda seyir ve kontrol şartlarının ağırlaştırılması nedeniyle kruvaziyer turizmine olan talep büyük düşüş yaşamıştır. Bununla birlikte 2021 yılı itibariyle sektörde toparlanma başlamış bir önceki yıla göre % 96'lık büyüme yaşanmış, 2022 yılı itibariyle ise sınırlamaların kalkmasıyla gezilere olan talep artmıştır. Sektördeki büyük operatörlerin Covid-19 salgını sonrasında daha fazla müşteriye ulaşmak için tur fiyatlarında yaptıkları indirimler olumlu sonuç vermektedir. Kruvaziyer yolcu sayısının 2022 yılında 31,7 milyona, 2027 yılında ise 38,7 milyona çıkacağı tahmin edilmektedir (Cruise Industry News Annual Report, 2022).

Kruvaziyer turizmde dünyanın 3 ana bölgesinden biri olan Akdeniz havzası, elverişli iklimi ve kıyı yapısı, uzun sezon dönemi, pazara yakınlığı, liman altyapı ve hizmetlerinin yetkinliği, karasal alanda sosyo-kültürel zenginliği ile kruvaziyer turistlere büyük olanaklar sağlamaktadır. Akdeniz limanları küresel kruvaziyer turizmde % 28'lik pay ile Karayipler bölgesinden sonra ikinci büyük bölge olarak hizmet sunmaktadır. Avrupa limanları kültürel, sosyal, tarihsel ve doğal özellikleriyle, deniz yolculuğunda bir seferde çok sayıda turistik merkezi güvenli, ekonomik ve konforlu şekilde ziyaret edilmesini sağlamaktadır. Bölge kapasitesinin % 71'ini Akdeniz, % 29'unu ise Kuzey Avrupa limanları oluşturmaktadır. Bu limanlar ulaşılabilirlik, boyut ve altyapı olanakları, kruvaziyer hatlarına yakınlık, liman ve turistik tesisleri ve yerel turizm politikaları bakımından farklılık göstermektedir. Akdeniz'de Barselona, Roma (Civitavecchia), Venedik, Pire, Marsilya, Napoli, Dubrovnik, Cenova, Savona limanları turların çıkışı yaptığı ana limanlardır. Havzadaki ülkelere Fransa 6.316, İtalya 9.532, İspanya 6.882, Hırvatistan 8.032, Türkiye 8.333,

Yunanistan 16.040 km. kıyı uzunluklarıyla deniz turizmine elverişli yüksek yatırım alanı sağlayan ülkelerdir. Kruvaziyer turizm sektöründe en hızlı büyüyen ve pazar payını artıran bölge olarak kabul edilmesine rağmen, son yıllarda özellikle Doğu Akdeniz'deki ülkelerde yaşanan iç savaş, istikrarsızlık ve siyasal sorunlar nedeniyle bu bölgeye olan talep gerilemiş ve Türkiye'nin de aralarında bulunduğu ülkelere giden kruvaziyer gemi ve turist sayılarında düşüş yaşanmıştır.

Türkiye, Karadeniz'den Akdeniz'e kadar 8.333 km'lik elverişli kıyıları ve kıyı yapıları, tarihsel ve kültürel unsurlarla donanmış açık hava müzesi niteliğindeki yerleşimleriyle, kaliteli hizmet sunan turizm tesisleri ve yetiştirilmiş elemanlarıyla kruvaziyer turistik ürün arzı potansiyeli yüksek bir ülkedir. Değerlendirilebilir üstünlükleriyle gerek kıyılarda ve limanlarda, gerekse limanların ard bölgelerindeki doğal ve beşeri çekicilikleriyle Türkiye, Doğu Akdeniz'de etkinlik gösteren kruvaziyer şirketlerinin tur ürünlerine zenginlik katmaktadır. Başlangıçta Doğu Akdeniz'de ara/uçrak liman olarak gelişen Türkiye kruvaziyer limanları, zamanla kruvaziyer turizmde elverişli özellikleriyle daha fazla tur programının rotasında yer almaya başlamıştır. Türkiye limanları çıkışlı ilk kruvaziyer turları II. Dünya Savaşı sonrasında yerel talep doğrultusunda yapılmaktaydı. Bu kapsamda kruvaziyer turizmi faaliyetleri öncelikle iç pazara yönelik kabotaj hatlarında 1950'li yıllarda Ege gemisiyle başlamış, ardından Giresun, Ordu, Ankara, Trabzon, Tarsus İstanbul ve İskenderun gemileriyle bazı Akdeniz limanlarına seferler düzenlenmiştir. Türkiye Denizcilik İşletmeleri (TDİ) tarafından İstanbul-Barselona, İstanbul-İskenderiye, Girne-Alanya-İskenderiye, Ege Adaları ve Batı Akdeniz hatlarında seferler sürdürülmüştür. Tablo 1'de görüldüğü üzere İstanbul-Barselona ve İstanbul-İskenderiye hatlarında düzenlenen seferler yıllar içinde azalan taleple 1998 yılından sonra kapanmıştır. İstanbul-Hayfa seferleri 1994 yılında başlamış, diğer hatlara göre daha fazla talep görerek 1999 yılına kadar sürdürülmüştür. Ayrıca Ege Adaları, İstanbul-Suçi ve Batı Akdeniz hatlarında seferler yürütülmüştür (Üçışık & Kadioğlu, 2001). 2000'li yıllardan itibaren ise, İstanbul çıkışlı Akdeniz ve Karadeniz-Rusya kruvaziyer programlarının giderek daha çok talep gördüğü bilinmektedir. Türkiye limanlarını ara/

uğrak liman olarak programına alan kruvaziyer gezilerinin çoğunlukla Pire ve Civitavecchia çıkışı 3-7 günlük Ege Adaları ve Doğu Akdeniz limanlarını içeren kruvaziyer turları olduğu görülmektedir. Limanlara gelen gemilerin tamamı uluslararası kruvaziyer şirketleri bünyesinde çalışan yabancı bayraklı gemilerdir. Türkiye kruvaziyer pazarında ABD ve Almanya birinci satın alıcı durumdadır. Küçük ve orta büyüklükteki gemiler talep görürken, Türkiye limanları uğraklı kruvaziyer gezilerini üst gelir ve yüksek eğitim seviyesindeki turistler tercih etmektedir. Kruvaziyer operatörlerinin öncelikli olarak tercih ettiği limanlar Kuşadası ve İstanbul'dur. İstanbul coğrafi konumuyla rekabetçilikte, Kuşadası liman işletmeciliğiyle marka konumlandırılmada ilk sıradadır (Nehir, 2022).

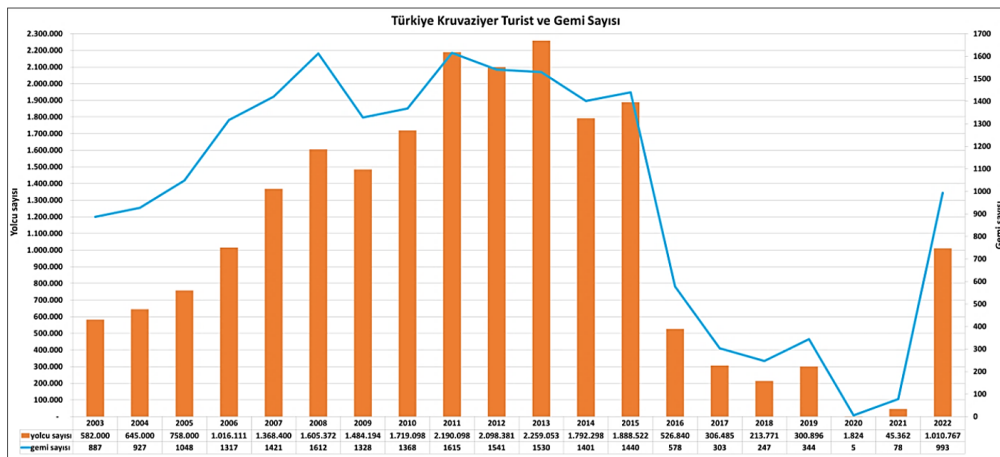
İstanbul, İzmir, Antalya, Trabzon, Çanakkale, Aydın, Mersin ve Sinop limanlarında kruvaziyer gemilere hizmet veren Türkiye'de 2000'li yıllar sonrasında kruvaziyer liman altyapılarına yapılan yatırımlarda artış sağlanmıştır. Buna bağlı olarak daha fazla tur operatörü Türk limanlarını gezi programlarına almış, süreç içinde Türkiye'de kruvaziyer turizmi sektörü dış kaynaklı olarak gelişmeye başlamıştır. Şekil 2'de görüldüğü üzere 2003-2015 yılları arasında Türkiye'ye gelen kruvaziyer gemi ve yolcu sayılarında düzenli bir artış görülürken, 2016 yılı sonrasında kademeli olarak büyük düşüş yaşanmıştır. Ülkedeki ve bölgedeki siyasi istikrarsızlık, terör olayları, Doğu Akdeniz'de yaşanan siyasi krizler kruvaziyer turizmini doğrudan etkilemiş ve tur operatörlerinin gezi

programlarından Türk limanlarını çıkartmalarına neden olmuştur. 2020 yılı başında Covid-19 salgını kapsamında alınan önlemler doğrultusunda kruvaziyer programları iptal edilmiş, dolayısıyla salgın öncesinde de olumsuz durumda olan sektör, salgınla birlikte tamamen kapanmıştır. 2021 yılı itibarıyla ise sektörde toparlanma başlarken, İstanbul Galataport Kruvaziyer Limanı'nın da açılmasıyla ivme kazanmakta ve geleceğe yönelik beklentilerde olumlu yönde gelişme sağlanacağı kabul edilmektedir. Bununla birlikte Türkiye, 1990'lı yıllardan itibaren kruvaziyer turizmde yeni bir rota olarak talep görmesine ve yıllar içinde bu alana yönelik altyapı yatırımlarını artırmasına rağmen mevcut potansiyeline tam olarak erişememiştir. Kruvaziyer turizmde dünya genelinde elde edilen toplam gelir 50 milyar ABD doları iken, Türkiye'nin geliri yaklaşık 300 milyon ABD doları civarındadır. Ana limanların bulunduğu Akdeniz havzasında yer alan bir ülke olarak, kruvaziyer turizminden alınan pay oldukça düşük oranda kalmakla birlikte, son yıllarda Doğu Akdeniz güzergahında Türkiye limanlarının tercih edilmesiyle bu miktar artış eğilimindedir. Kruvaziyer sektörünün hızla büyüyen gelir ve yatırımlarından Türkiye'nin daha fazla pay alabilmesi için kruvaziyer gemi işletmeciliğinden daha çok, kruvaziyer limanı yatırımları ve işletmeciliğine odaklanması avantaj sağlayacaktır. 2023 Türkiye Turizm Stratejisi kapsamında da, turizm potansiyeli yüksek liman şehirlerinde kruvaziyer turizmüne yönelik alt ve üst yapı çalışmalarını tamamlamak, kruvaziyer limanların turizme

Tablo 1. Türkiye'de 1993-1998 yılları arasında kruvaziyer seferleri ve yolcu sayıları

Hatlar / Yıllar		1993	1994	1995	1996	1997	1998
İstanbul-Barselona	Sefer	6	2	0	1	1	1
	Yolcu	1.043	442	0	270	176	243
İstanbul-İskenderiye	Sefer	3	1	0	1	1	3
	Yolcu	471	133	0	271	175	523
İstanbul-Hayfa	Sefer	0	7	15	12	3	15
	Yolcu	0	1.042	1.650	2.319	395	1.542

Kaynak: TDİ İstatistikleri, 2000



Şekil 2. 2003-2022 Yılları Türkiye Kruvaziyer Turist ve Gemi Sayısı

Kaynak: T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı İstatistikleri, 2023

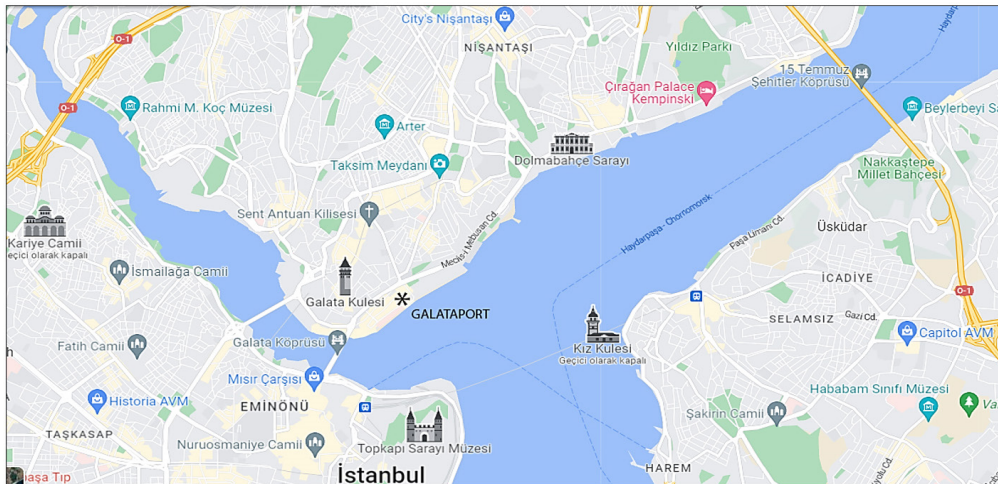
açılmasını sağlamak ve Akdeniz havzasındaki yat ve kruvaziyer turizminden yüksek pay almak hedeflenmektedir (Türkiye Turizm Stratejisi, 2023).

3. İstanbul Galataport Kruvaziyer Limanı

Galataport Kruvaziyer Limanı, Şekil 3'te görüldüğü gibi İstanbul İli Beyoğlu İlçesi Kılıç Ali Paşa Mahallesi 41°01' K, 28°58' D koordinatlarında, İstanbul Boğazı'nın Avrupa kıtası kıyısında eski Salıpazarı ve Karaköy rıhtımları olarak bilinen 1,2 km. kıyı hattı boyunca 112.000 m² alanda kuruludur. Limanın kuruluşu 10. yüzyıla kadar geriye gitse de, modern yük ve yolcu limanının inşası Osmanlı Devleti zamanında Jean Blaise Marius Micheal'e verilen imtiyazla Dersaadet Rıhtım Dok ve Antrepolar Şirketi tarafından 1895 yılında tamamlanmıştır (TBMM Kayıtları, 1890). Elverişli ve korunaklı özellikleriyle şehrin ana limanı konumunda olan Galata limanı, sonraki dönemlerde deniz dolgusu ve kara alanındaki eklentilerle genişletilmiş, Cumhuriyetin ilanından sonra ise millileştirilerek İstanbul Liman İşleri İnhisarı Türk Anonim Şirketi'ne devredilmiştir (Resmi Gazete, 1935). 1953-1960 yılları arasında Salıpazarı'nda rıhtım ve antrepolar inşa edilmesine rağmen, limanın ard bölgesinde genişleme alanının bulunmaması ve trafik yoğunluğu nedeniyle yük limanı işlevini yitirmeye başlamıştır. 1980'li yıllardan sonra ise yolcu limanı haline dönüşmüş, 1986 yılında tamamen yük trafiğine kapatılmıştır. 1990 yılında Türkiye Denizcilik İşletmeleri (TDİ) tarafından limanın dünya standartlarında bir terminal ve turistik kompleks haline dönüştürülmesi için ihale açılmış ancak sonuç alınamamıştır. Sonraki yıllarda özelleştirme kapsamına alınarak 2004'te Tophane Salıpazarı Liman Kruvaziyer Yat Limanı Uygulama imar planı hazırlanmış ve kentsel sit alanı kapsamında koruma statüsüne alınmıştır. Galataport Projesi olarak yap-işlet-devret modeliyle 2005 yılında açılan özelleştirme ihalesi 3,538 milyar Euro'luk teklifi ile Royal Caribbean Cruises'ın önderliğindeki konsorsiyum tarafından kazanılmıştır. Yenileme planlarının yasalara, şehir yapısına ve kamu yararına aykırılığı nedeniyle iptali için açılan dava sonunda yürütmeyi durdurma kararı

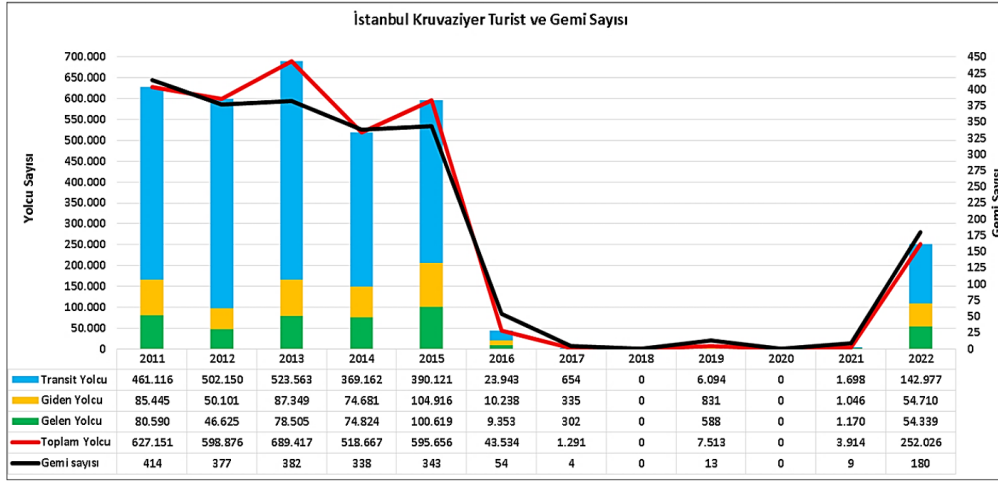
verilmiş ve ilk ihale iptal edilmiştir. 2012 yılında ise hazırlanan yeni imar planı Başbakanlık Özelleştirme İdaresi Başkanlığı tarafından onaylanmış, 2013 yılında açılan ikinci ihaleyi 702 milyon ABD Doları teklifi ile Doğu Grup kazanmıştır. Şirket Galataport Projesi için toplamda 4,5 milyar TL yatırım yapılacağını açıklamıştır (Türkiye Cumhuriyeti Ulusal Ulaştırma Ana Planı, 2023). 2016 yılında başlayan çalışmalar sonunda terminal ve kara liman alanının inşaatının büyük kısmı 2021 yılında tamamlanmış ve liman 29 Ekim 2021 tarihinde açılmıştır. Liman 29.000 m² yer altı terminal alanı, 37.625 m² yeme-içme alanı, 43.444 m² ofis alanı ve 17.256 m² otel ve salon alanı, 176 adet 3 metrelik özel kapak sistemi, günlük 3 gemi ve 15.000 yolcu kapasitesiyle hizmet vermektedir. Galataport'un çevresindeki kültür sanat etkinliklerinde de % 72'lik bir gelişme sağlayacağı öngörülmektedir (Galataport, 2022). Projenin bölgesel etki alanlarındaki dönüşümün de tamamlanmasıyla, modern bir kruvaziyer limanı ve turizm kompleksinin, turist yoğunluğunu karşılayabilecek konaklama alanlarının, tarihi doku ve yerleşim alanlarıyla bütünleşen kentsel yapıya katkı sağlayan yeni bir kültür, sanat, iş ve alış-veriş merkezinin ve bütünsel mekan organizasyonu yapılarak kamuya açık rekreasyon alanlarının yaratılması amaçlanmaktadır.

Ana liman olarak tasarlanan Galataport 2021 yılında inşasının büyük bir kısmı tamamlanarak hizmete girmiştir. Açılış dönemi küresel bir krize denk gelmesine rağmen, limanın ilk yılı olan 2022 yılının verimli geçtiği söylenebilir. Şekil 4'te görüldüğü üzere İstanbul Limanı kruvaziyer gemi ve turist hareketi Galataport Kruvaziyer Limanı'ndan karşılanmaktadır. Limanın inşa halinde olduğu 2016-2021 yılları arasında şehrin kruvaziyer turizme yönelik hizmet olanakları sıfırlanmış; limanın açılmasıyla birlikte salgın döneminde işlem yapılmasına rağmen, limanın kapandığı 2016 yılı öncesindeki potansiyeli yakalanmıştır. Türkiye'nin mevcut kruvaziyer turizm potansiyeli değerlendirildiğinde, Galataport Kruvaziyer Limanı Doğu Akdeniz kruvaziyer güzergahlarında ana liman olarak yeni bir odak yaratarak Türkiye'nin sektörde dikkat çekeceği ve daha fazla gelir sağlayacağı bir ekonomik ortam oluşturacaktır. Bununla birlikte limanın şehrin merkezinde yüksek turistik



Şekil 3. İstanbul Galataport Kruvaziyer Limanı

Kaynak: Google Maps, 2023



Şekil 4. 2011-2022 Yılları İstanbul Kruvaziyer Turist ve Gemi Sayısı

Kaynak: T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı İstatistikleri, 2023

imaja sahip, diğer turistik ve sosyal-kültürel merkezlere ulaşılabilir bir konumda yer alması diğer turizm alanları için de büyük avantaj sağlamaktadır. Liman çevresinde oluşan hareketlilikle birlikte, liman ve çevresinin girişimcilerin ilgi odağı haline geldiği söylenebilir. Galataport Kruvaziyer Limanı ile birlikte artan turist potansiyelinin taleplerini karşılayabilmek için liman çevresinde çeşitli turistik tesis ve işletmeler açılmaktadır ki, bu durum yerel ekonomide de çarpan etkisi yaratmaktadır.

4. Literatür Taraması

Kruvaziyer turizmi, ilgili bölgede geniş bir yelpazede politik, ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel alanlarda olumlu ya da olumsuz etki oluşturmakta, dünya ve bölge ekonomilerinde doğrudan ve dolaylı etkiler yaratmaktadır. Özellikle özelleştirme yoluyla finanse edilen ve kalkınma girişimleri olarak değerlendirilen bu tür yatırımların yerel ve bölgesel ekonomilere katkısının ya da sosyo-kültürel ve çevresel etkisinin ne olabileceği konusunda tartışmalar bulunmaktadır. Bu etkiler temelinde ekonomik yapıya bağlı olarak gelişmekte ve kruvaziyer limanların özelliklerine ve güzergahlarına göre değişmektedir. Doğrudan etkiler kruvaziyer gemi faaliyetinin yarattığı yolcu harcamaları (uçak, tur, konaklama, yeme-içme, eğlence, liman harcamaları, ulaşım, hediyelik eşya, alış-veriş, gezi vb.), gemi operatörü harcamaları (liman ve acente hizmet ücretleri, gemi bakım ve onarım bedelleri vb.) ve gemi mürettebatı harcamalarıdır. Dolaylı etkiler ise yerel işletmelerin kruvaziyer faaliyetlerden elde ettiği gelirlerdir (Douglas & Douglas, 2004). Kruvaziyer turizmi ulaşım ve konaklama yönü ile diğer turizm alanlarından ayrılmaktadır. Gemilerin hem ulaşım hem de konaklama hizmeti vermeleri turizmdeki iki büyük maliyet unsurunu ortadan kaldırırken, bu unsurların yerine kruvaziyer operatörlerini o bölgeye çekebilecek unsurların konulmasını zorunlu kılmaktadır. Kruvaziyer operatörleri tarafından bir kruvaziyer limanının tur programına alınması ve güzergah olarak tercih edilmesi, bölgenin turistik çekiciliğine (tarihsel ve kültürel dokusu, alış-veriş olanakları, turistik etkinlikleri), ulaşılabilirliğine, güvenlik önlemlerine ve uygulamalarına, tesis, altyapı ve hizmetlerinin kalitesine

bağlıdır. Ayrıca kruvaziyer turlarında operatörler tarafından belirlenen güzergahlardaki limanların şehir ve ülke imajları kruvaziyer turistlerin satın alma, tatmin ve tavsiye niyetlerini doğrudan etkilemektedir. Kruvaziyer liman faaliyetinin olduğu şehirlerde istihdamın arttığı ve gelirin yükseldiği, aynı zamanda devlet tarafından güvenlik önlemlerinin artırıldığı alanlarda suç oranlarının da azaldığı görülmektedir (McNeill & Wozniak, 2018). Ancak kruvaziyer limanları gibi büyük turizm çekim alanları, bölge sakinlerine ve diğer ilgili kurumların ortak çıkarlarına eşit ölçüde yarar sağlayacak şekilde planlanmalıdır (Kim vd., 2022). Turizmin kontrolsüz ve plansız gelişimi artıkça yerel halkta turizme karşı olumsuz bir algı oluşmakta, dolayısıyla turizm girişimleri olumsuz sonuçlanmaktadır.

Oral vd. (2014) kruvaziyer limanı kuruluş yeri seçiminde turizm, liman kullanıcıları, çevre, sosyo-ekonomik, alt yapı ve mühendislik özelliklerini etki eden kriterler olarak belirlemişlerdir. Dwyer & Kim (2003) pazar payını ve güzergahlardaki rekabetin doğal kaynaklar, kültürel unsurlar ve miras, turistik altyapı, faaliyetler ve alış-veriş olanakları, ulaşılabilirlik ve hizmet kalitesinden kaynaklandığını, bunların bölgesel sosyo-ekonomik refaha ulaşmada etkili olduğunu belirtmektedir. Gibson & Bentley (2006), tarafından İngiltere'de Falmouth kruvaziyer limanının halk üzerindeki sosyo-kültürel etkileri incelenmiş, kruvaziyer turizmi hakkında olumlu bir görüş olduğu ortaya konmuştur. Ayrıca turizm kaynaklı büyümenin turistik merkezlerin ve tesislerin gelişmesine, istihdamda artışa ve ekonomik katkıya neden olduğu gibi, toplum genelinde bireysel ve toplumsal davranışlarda, dil ve konuşma yapısında, gelenek ve göreneklerde, aile ilişkilerinde değişime yol açtığı belirlenmiştir. Vaya vd. (2018) Barselonada kruvaziyer turizmi faaliyetlerinin yerel ve bölgesel ekonomiye etkisini araştırdıkları çalışmalarında, 3 ana sektörel düzeyde (kruvaziyer şirketleri, tur operatörleri, turistler ve mürettebat) doğrudan ve dolaylı etkileri belirlemeye çalışmışlardır. Araştırmada sadece geleneksel turizmle ilgili sektörlerin değil, tüm sektörlerin kruvaziyer turizminden yararlandığı ortaya konmuş, kruvaziyer turizminin şehirde ekonomik istikrar, yeni iş fırsatları ve genel olarak olumlu etkiler yarattığı belirlenmiştir. Şehir trafiği ve gemilerden kaynaklanan CO²

emisyonu gibi olumsuz çevresel etkilerinin ise araştırılması önerilmiştir. Macneill & Wozniak (2018) tarafından Honduras Trujillo Kruvaziyer Limanı'nın yerel halk üzerindeki ekonomik, sosyal ve çevresel etkisi ölçülmeye çalışılmış, limanın açılışı öncesi ve sonrasında veriler elde edilerek oluşan değişim belirlenmiştir. Çalışmada olumsuz çevresel etkiler bulunmasına ve halkın gelirinde doğrudan bir yükselişin olmamasına rağmen, güvenlik harcamalarının artışıyla bölgede suç oranlarında azalma görüldüğü belirlenmiştir. Brida & Zapata (2009) tarafından Kosta Rika'daki kruvaziyer turizminin bölge ekonomisine etkileri, kruvaziyer yolcularının demografik özelliklerine, tercihlerine ve harcama davranışlarına odaklanarak belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmalarında, Kosta Rika'yı ziyaret eden kruvaziyer turistlerinin, diğer turistlere göre yaş ortalamasının yüksek olduğu ve daha az harcama yaptığı sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla Kosta Rika'da kruvaziyer turizminin desteklenmesi yönünde bir politika üretilmesi konusunda belirsizliklerin olduğu sonucu ortaya konulmuştur.

Bahar & Bilen (2020) tarafından güvenlik algısının, turistik güzergah seçiminde en önemli faktörlerden biri olduğu belirlenmiştir. İnan vd. (2011) Alanya limanını ziyaret eden kruvaziyer turistler üzerinde yaptıkları çalışmalarında, kültür ve altyapının, şehir imajının turistlerin güzergah seçiminde ve kararında, liman ziyaretlerindeki davranışlarında, ayrıca güzergah tavsiye etme niyetlerinde etkili olduğu; kruvaziyer operatörlerinin liman şehirlerinin imajına yönelik tüketici algılarını göz önüne alarak güzergah belirlemelerinin turistlerin tatmin düzeylerini artıracığı sonucuna ulaşılmıştır. Çelebi (2017) Kuşadası halkının kruvaziyer turizmüne yönelik algılarını belirlemek için yaptığı çalışmada, kruvaziyer turizminin olumlu ve olumsuz etkilerinin yöre halkının sektörde çalışma durumlarına, demografik özelliklerine, ikamet sürelerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Kuşadası halkının kruvaziyer turizminin etkilerine yönelik en yüksek olumlu algısı "sosyo-kültürel" alanda, en yüksek olumsuz algısı ise "ekonomik" alanda olduğu ortaya konmuştur. Çalışkan & Tütüncü (2008) yaptıkları çalışmada Kuşadası halkının turizme bakış açısını ve turizmden beklentilerini ortaya koymuşlardır. Çalışma sonucunda, turizm gelirlerinin bölgenin ekonomik gelişimine doğrudan yansımadağı, ancak halkın geçimlerini turizmden karşılayabildiklerini düşündüğü için turizme olumlu yaklaştığı belirlenmiştir. Bayazıt (2015) tarafından Türk kruvaziyer yolcuları ve limanları üzerine yapılan araştırmada kruvaziyer limanın seçiminde en etkili faktörün gemiye ve yolculara verilen hizmetlerin maliyetleri ve liman vergileri olduğu belirlenmiştir. Ayrıca Türkiye'nin kruvaziyer turizminden daha fazla gelir sağlayabilmesinin liman yapılarının geliştirilmesi ve pazarlama ve tanıtım stratejilerinin yürütülmesine bağlı olduğu, İstanbul Galataport ve İzmir Alsancak limanlarının ana limanlar olarak potansiyel yaratacağı vurgulanmıştır. Sargin & Konurhan (2021) tarafından yapılan çalışmada Galataport Kruvaziyer Limanı'nın mekânsal etkileri ve çevresel değişim incelenmiş, limanın bölgenin ve Türkiye'nin sosyo-ekonomik gelişimine katkı sağlayacağı belirtilmiştir. Aktaş & Koramaz (2020) Galataport liman bölgesi ticari işletmecilerinin görüşlerine dayanarak hazırladıkları çalışmalarında, limanın turizm potansiyeline, ekonomik ve sosyo-kültürel yapıya olumlu katkıda sağlayacağı, ancak trafik, gayrimenkul değerleri ve tarihi dokuyla uyum alanlarında

olumsuz etki yapacağı sonuçlarına ulaşmıştır. Kara (2022) ise Galataport Kruvaziyer Limanı'nı mekânsal dönüşüm üzerinden incelemiş, limanı kullananlar üzerinden yaptığı araştırmasında limanın kruvaziyer limanı olarak kullanımından daha çok, şehrin yeni odak merkezi olduğu ve sosyalleşme amacıyla kullanıldığı, yapıların şehrin tarihi ve kültürel dokusuna uymadığı, ancak projenin bölgeye ekonomik ve sosyo-kültürel alanda, turizm gelirlerinde olumlu katkı yaptığı sonucuna ulaşmıştır. Kruvaziyer limanların turizme, ekonomiye ve sosyo-kültürel hayata etkilerine yönelik literatürdeki bazı bilimsel çalışmalar Tablo 2'de listelenmiştir.

5. Yöntem

Özel olarak kruvaziyer turizmi üzerine yapılan çalışmalar, genel turizm çalışmalarından daha az kapsamlıdır ve hiçbiri doğrudan halk üzerindeki etkileri ölçmemekte ya da çok boyutlu bölgesel etkileri içeren ölçütleri içermemektedir. Bu bağlamda, çalışmada ana amaç başlangıç seviyesinde bir kruvaziyer limanın bölgesel etkilerindeki ölçütleri belirlemek; Galataport Kruvaziyer Limanı üzerinden İstanbul turizminde, ekonomik ve sosyo-kültürel yapısında etkili olan faktörlerin önem ve etki derecelerini saptamak, kriterleri karşılaştırmalı olarak değerlendirmek ve ileride kruvaziyer turizmi alanında yapılacak uygulamalarda bir bakış açısı yaratmaktır. Bu alanda karar vermede ya da uygulamada yetkili/görevli olan uzmanların kruvaziyer turizmi ve Galataport ile ilgili görüşleri alınarak, etkili faktörleri belirlemek, faktörler arasında önem sıralaması yapmak ve ölçmek, Türkiye şartlarına göre bu faktörler arasında öncelikli olanları saptamak planlanmıştır. Literatürde Türkiye'de bu konuda az sayıda çalışmanın bulunması ve analizlerin yetersiz kalması nedeniyle, çalışmayla alana katkı sağlanabileceği düşünülmektedir.

Çalışmada kruvaziyer turizmi ve kruvaziyer limanlar hakkında yapılan çalışmalar incelenmiş ve literatür özletlenmiştir. Galataport özelinde İstanbul turizminde kruvaziyer turizminin etkisini belirlemek üzere faktörlerin etkinliğini ve önem derecelerini ölçmek için geliştirilen Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemlerinden biri olan Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) kullanılmıştır. Çalışma amacı çerçevesinde, ilgili literatürden çıkarılan faktörler içerisinden, nicel ve nitel özellikler bir arada değerlendirilecek şekilde 10 kriter kullanılmıştır. Bu kriterlerin birbirleriyle karşılaştırılmasında, konuyla ilgili olarak karar verici ya da uygulama alanında yetkili/görevli olan uzmanlardan görüş alınmasına karar verilmiştir. Uygulama amacıyla kriterlerin derecelendirilmesine yönelik önermeleri içeren bir anket formu oluşturulmuştur. Araştırma konusunun, uzmanlık gerektirmesi nedeniyle örneklem, Galataport ile doğrudan ilişkili denizcilik, limancılık, turizm alanlarında özel ve kamu sektöründe görev yapan uzmanlardan tesadüfi olmayan (kasıtlı-amaçlı) örnekleme yöntemi kullanılarak seçilmiştir. Çalışmada veri toplama işlemlerinin yürütülebilmesi için İstanbul Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 21.11.2022 tarihli ve 10 nolu toplantısında 1460793 sıra sayılı kararı ile izin alınmıştır ve araştırma Aralık 2022 tarihinde yürütülmüştür. Literatür çalışması sonucunda belirlenen önermelerden oluşan anketle uzmanlara yüzyüze ve e-posta yoluyla ulaşılmıştır. Anket için toplam 15 kişiyle görüşme yapılmış olup, 12 uzmanın anketi geçerli sayılarak

Tablo 2. Kruvaziyer sektörünün ve limanlarının etkileri hakkında araştırmalar

Araştırmacı	Veri	Kriterler	Yöntem	Bulgular, Sonuçlar
Bebek vd., 2020	UG	Güvenlik algısı ve riskleri	Anket-AHP	Kruvaziyer sektöründe en yüksek güvenlik riskini korsan saldırılarının yarattığı belirlenmiştir.
MacNeill & Wozniak, 2018	UG AV	Güvenlik algısı Turizm gelirleri Sosyo-Kültürel, Ekonomik Etki Ulaşılabilirlik	Anket- Regresyon analizi	Çevresel etkiler ve gelir dağılımında olumsuz; turizm gelirleri, güvenlik algısı, sosyo-kültürel etkide olumlu sonuçlar alınmıştır.
Polat vd., 2022	AV	Turizm gelirleri	Regresyon Analizi	Bir kruvaziyer yolcusunun geleneksel turiste göre 8 kat, yat yolcusuna göre 2 kat fazla turizm geliri sağladığı belirlenmiştir.
İnan vd., 2011	AV	Güvenlik Algısı Şehir imajı	Anket- Ki-kare testi	Şehir imajının ve güvenlik algısının turistlerin tavsiye niyetlerini etkilediği belirlenmiştir.
Jordan & Vogt, 2017	AV	Şehir imajı Sosyo-Kültürel, Ekonomik Etki	Anket - Ki-kare testi	Kruvaziyer turizminin ve limanının şehir halkı üzerinde olumsuz bir etki yaratmadığı belirlenmiştir.
Kim vd., 2022	AV	Sosyo-Kültürel, Ekonomik Etki Şehir İmajı Turizm gelirleri Turizm İmajı	Anket- Hiyerarşik Çoklu Regresyon Analizi	Kruvaziyer turizminin ekonomik ve sosyo-kültürel olarak olumlu bir turizm algısı yarattığı belirlenmiştir.
Chiappa & Abbate, 2016	AV	Sosyo-Kültürel, Ekonomik Etki	Anket- Çoklu Regresyon Analizi	Kruvaziyer turizminin ve limanının şehir halkı üzerinde ekonomik ve sosyo-kültürel olarak olumlu bir etki yarattığı belirlenmiştir.
Sönmez & Graefe, 1998	AV	Güvenlik algısı ve riskleri	Anket- Çoklu Regresyon Analizi	Turistlerin, risklerin ve güvensizliğin olduğu bölgeleri gezi planlarına almadığı belirlenmiştir.
Kara, 2022	AV	Ulaşılabilirlik Sosyo-Kültürel, Ekonomik Etki Turizm Gelirleri	Anket- Frekans Analizi	Galataport Kruvaziyer limanının şehir halkı üzerinde ekonomik ve sosyo-kültürel olarak olumlu bir etki yarattığı, ancak tarihsel ve kültürel yapıyı olumsuz etkilediği belirlenmiştir.
Nehir, 2022	AV	Rekabet Avantajı Sosyo-Kültürel, Ekonomik Etki Turizm Gelirleri Pazar Payı	Sosyal Ağ Analizi	Rekabet avantajında marka konumlandırmanın öne çıktığı, küçük ve orta büyüklükteki gemileri üst gelir grubu turistlerin tercih ettiği ve daha fazla turizm geliri sağlandığı belirlenmiştir.
Aktaş & Koramaz, 2020	UG	Sosyo-Kültürel, Ekonomik Etki	Anket- Frekans Analizi	Galataport Kruvaziyer Limanı'nın ekonomik ve sosyo-kültürel olarak olumlu katkı sağlayacağı gözlemlenmiştir.
Çelebi, 2017	AV	Sosyo-Kültürel, Ekonomik Etki, Güvenlik Algısı Turizm Gelirleri Çevresel Etki	Anket- Çoklu Regresyon Analizi	Kruvaziyer turizminin turizm gelirleri, sosyo-kültürel olarak olumlu katkı sağladığı, çevre ve ekonomik alanlarda olumsuz etki yarattığı gözlemlenmiştir.

UG: Uzman görüşü, AV: Analitik veri

analize alınmıştır. Katılımcı uzmanlara ait görev, sektör deneyim süresi, eğitim düzeyi gibi demografik bilgiler Tablo 3'de verilmiştir. Nitel verilerin elde edilmesinde 1-9 eşit aralık ölçekli düzenlenen anketle uzman görüşü alınarak karar matrisi oluşturulmuştur. 10 kriter için yapılan ikili karşılaştırmalar üzerinden elde edilen veriler AHP yöntemi analiz edilmiştir. 10 kriterin AHP ile ağırlıkları belirlenmiş, kriterlerin ikili karşılaştırmalarına bakılarak ağırlıklandırma ve önem sıralaması yapılmıştır. Araştırmaya ait bulgular değerlendirilmiş ve son bölümde belirtilen sonuçlara ulaşılmıştır.

Literatürde görüldüğü gibi, turizm araştırmalarında çeşitli analiz yöntemleri kullanılmaktadır. Bu yöntemlerden AHP, Çoklu Regresyon Analizi, Ki-kare testi, Sosyal Ağ Analizi, Regresyon analizlerinin kullanıldığı görülmektedir. ÇKKV yöntemleri, alternatifler arasında sıralama, sınıflama ve seçim olanağı sunması nedeniyle tercih edilmektedir. 1980'lerde Saaty tarafından geliştirilen AHP, ikili karşılaştırmalarla kriter ağırlıklarının belirlenmesi ve alternatifler arasında seçim/sıralama yapılması amacıyla kullanılmaktadır. AHP ekonomik, sosyal ve politik kararlarda organizasyona, yargıları ortaya

Tablo 3. Katılımcı Uzmanlara Ait Demografik Bilgiler

Uzman	Görevi	Sektör Deneyimi (Yıl)	Eğitim Düzeyi
1	Liman İşletme Müdürü	25	Lisans
2	Liman Operasyon Müdürü	20	Lisans
3	Liman Başkanlığı Müdürü	25	Lisans
4	Liman Pazarlama Müdürü	20	Lisans
5	Ticaret Odası Birim Müdürü	20	Yüksek lisans
6	Akademisyen	10	Doktora
7	Akademisyen	15	Doktora
8	Otel Müdürü	20	Yüksek lisans
9	Otel Müdürü	30	Lisans
10	Yerel Yönetim Birim Müdürü	10	Doktora
11	Yerel Yönetim Birim Müdürü	15	Yüksek Lisans
12	Yerel Yönetici	20	Lisans

çıkarmaya, yargıları nicelleştirmeye ve önceliklendirmeye, bu farklı öncelikleri matematiksel ve mantıksal olarak doğrulanabilir bir sonuç halinde sentezlemeye yarayan bir metodoloji olarak tanımlanmaktadır (Saaty & Vargas, 2013). Sosyal alanlarda maddi olmayan varlıkları ölçmek ve veri elde etmek için, insani değerlerle ilişkilendirilerek nicel bir yöntem sağlamak için AHP kullanılmaktadır.

Yöntemin uygulama aşamaları şu şekildedir:

Amaç hiyerarşisinin oluşturulması: hiyerarşi karar problemine ilişkin bilgiyi belirlenen amaç doğrultusunda kriter ve alt kriter olarak oluşturulur.

İkili karşılaştırma matrislerinin oluşturulup normalleştirilmesi ve öncelik vektörlerinin hesaplanması: Karar problemine ilişkin amaç hiyerarşisi oluşturulduktan sonra kriterlerin önem dereceleri belirlenmelidir. Kriterlerin önem dereceleri için aşağıda verilen Saaty'nin 1-9 puanlı tercih ölçeğinden yararlanılır.

Önem Ağırlığı	/Tanım
1	Eşit Önem
3	Orta Derecede Önem
5	Kuvvetli Derecede Önem
7	Çok Kuvvetli Derecede Önem
9	Mutlak Derecede Önem

Tutarlılık analizi: Karar verici, kriterler arasındaki önem ağırlıklarını belirlerken tutarlı olup olmadığı (CR) formül ile hesaplanır. Tutarlılık oranının hesaplanmasında Saaty'nin önerdiği Rastgele İndeks (RI) çizelgesinden yararlanılır. Tutarlılık değerleri Tablo 4' de gösterilmektedir:

Tablo 4. Tutatlılık Değerleri

N	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
R.İ.	0.00	0.00	0.58	0.90	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45	1.49	1.51	1.48	1.56	1.57	1.59

6. Bulgular

Yapılan analizlerle, Galataport Kruvaziyer Limanı'nın kriterler üzerinden İstanbul turizmindeki etkisi belirlenmiştir. Galataport Kruvaziyer Limanı'nın kriterlerde verilen önermeler üzerinden İstanbul turizminde, ekonomik ve sosyo-kültürel yapısında etkili olduğu varsayılmıştır. Konuyla ilgili literatürün taranması sonucunda elde edilen ortak kriterlerden çalışma alanına uygun olan önermeler seçilerek 10 kriter belirlenmiş ve K ile simgelenmiştir. Öncelikle kriterlerin tutarlılığı analiz edilerek amaç hiyerarşisi oluşturulmuştur. Bu seçilen 10 kriterin etki analizinde öncelikli olabileceği düşünülmüş ve birbiri aralarındaki önem ağırlıklarından yola çıkarak yorumlamalar yapılmıştır. AHP yöntemi ile analiz Expert Choice programında gerçekleştirilmiştir ve analiz aşamaları aşağıda gösterilmiştir.

PID	Name	Overall	Galataport'un Kruvaziyer Turizme Etkisinin Belirlenmesi
0	Facilitator	.0820	.0820

Görsel 1. Anket Tutarlılık Tablosu

Deniz Turizmi içerisinde önemli bir yer tutan ve araştırmaya konu olan kruvaziyer turizmin ve Türkiye'nin en büyük kruvaziyer limanı olarak hizmet sunan Galataport Kruvaziyer Limanı'nın bölgenin gelişimi ve İstanbul turizmi üzerindeki etkinlik düzeyini belirlemek üzere kullanılan ölçek maddelerinin tutarlılığını belirlemek için analiz uygulanmıştır.

Şekil 5'te görüldüğü üzere, 10 kriterin kullanıldığı ölçeğin tutarlılığına ait değer 0.0820'dır ve bu değer ilgili araştırma sorularının yüksek güvenilirlikte/tutarlılıkta olduğunu ve istatistiksel olarak analiz edilebileceğini göstermektedir.



Görsel 2. Amaç hiyerarşisinin oluşturulması

Kriterlerin tutarlılık analizinden geçerli sonuç alınmasıyla ÇKKV probleminin çözümüne katkı sağlamak için amaç hiyerarşisi oluşturulmuştur. Bu aşamada problemler ayrıştırılmakta ve değişik düzeylerdeki kriterlerin hiyerarşik yapısı oluşturulmaktadır. Belirlenen kriterlerin birbiriyle anlamlı düzeyde ilgili ve birbiri üzerinde anlamlı düzeyde etkili olduğu varsayımından yola çıkılarak hiyerarşik yapı oluşturulmaktadır.



	Güvenlik Algısı	Ulaşılabilirlik	Şehir İmajı	Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Değişim	Rekabet Avantajı	Bölgedeki Girişimci Sayısı	Kruvaziyer Turizmde Pazar Payı	Turist Sayısı	Turizm Gelirleri	Turizm İmajı
Güvenlik Algısı		4,22	6,59	3,81	3,56	1,53	6,89	5,04	5,19	3,98
Ulaşılabilirlik			1,69	3,81	4,1	4,21	5,83	4,5	5,17	1,45
Şehir İmajı				1,2	1,57	1,8	3,32	2,17	2,38	1,44
Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Değişim					3,22	1,24	4,76	5,19	4,15	3,17
Rekabet Avantajı						2,81	5,12	4,32	5,14	4,71
Bölgedeki Girişimci Sayısı							6,23	4,97	4,97	2,88
Kruvaziyer Turizmde Pazar Payı								1,8	1,8	1,38
Turist Sayısı									1,2	1,9
Turizm Gelirleri										1,24
Turizm İmajı										

Görsel 3-4. Kriterlerin önem ağırlıkları

AHP yönteminde belirlenen hiyerarşik yapı çerçevesinde, önceden tanımlanmış Saaty'nin önerdiği Rastgele İndeks (RI) çizelgesinden yararlanılır. Bu çizelge karşılaştırmalı ölçüğü olarak

Tablo 5. Kriterlerin karşılaştırmalı ağırlıkları

Kriterler	Kriterlerin Önem Ağırlıkları		
	Puan	Yüzdelerik %	Sıra
K1 - Güvenlik algısı	0.021	2,0	10
K2 - Ulaşılabilirlik	0.080	8,0	6
K3 - Şehir imajı	0.082	8,2	5
K4 - Sosyo-kültürel ve ekonomik değişim	0.040	4,0	9
K5 - Rekabet avantajı	0.043	4,3	8
K6 - Bölgedeki girişimci sayısı	0.045	4,5	7
K7 - Kruvaziyer turizmde pazar payı	0.208	20,8	1
K8 - Turist sayısı	0.183	18,3	2
K9 - Turizm gelirleri	0.177	17,7	3
K10- Turizm imajı	0.122	12,2	4

kullanılır, tüm kriterler ve karar seçeneklerine ilişkin veriler toplanır. Öncelikle kriterlerin tümü için ikili karşılaştırmalardan yararlanılarak her bir kriterin ve her bir kritere göre karar seçeneklerinin alternatif öncelikleri hesaplanır. Kararı etkileyen kriterlerin ikili karşılaştırmaları ve karar seçeneklerinin her bir karar kriterine göre ikili karşılaştırmaları yapılır. İki kriterin ya da karar seçeneklerinin karşılaştırılmasında, bir kriterin karşılaştırma değeri x ise diğer kriter için bunun tersi karşılaştırma değeri 1/x'dir.

Amaç hiyerarşisi oluşturulan kriterlerin ikili karşılaştırmaları yapılmış olup analizde 0.021 - 0.208 arasında değerlere ulaşılmıştır. Değerler minimum ve maksimum alanda yoğunlaşmaktadır, ara değer dağılımı düşüktür. Bu durum kriterlerin etkinlik derecesini artırmaktadır. Şekil 7-8 ve Tablo 5'de görüldüğü gibi sonuçlarda K7-Kruvaziyer Turizmde Pazar Payı kriterinin 0.208 (% 20,8) değeriyle en yüksek ağırlığa sahip olduğu anlaşılmaktadır. K8-Turist Sayısı 0.183 (% 18,3) ve K9-Turizm Gelirleri 0.177 (% 17,7) kriterleri diğer yüksek ağırlığa sahip olan, dolayısıyla Galataport Kruvaziyer Limanı'nın bu alanda yüksek katkı yaptığı düşünülen kriterlerdir. En düşük ağırlığa sahip kriter ise 0.021 (%2) değeriyle K1-Güvenlik Algısı önermesidir, dolayısıyla Galataport Kruvaziyer Limanı'nın İstanbul'a yönelik güvenlik algısında bir etki ya da değişiklik yaratmadığı sonucu çıkarılmaktadır.

7. Sonuç ve Öneri

Bu çalışmada, Galataport Kruvaziyer Limanı'nın seçilen kriterler üzerinden İstanbul turizmdeki etkisi Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemlerinden olan Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) kullanılarak belirlenmiştir. Galataport Kruvaziyer Limanı'nın kriterlerde verilen önermeler üzerinden İstanbul turizmde, ekonomik ve sosyo-kültürel yapısında etkili olduğu varsayılmıştır. Yapılan analiz sonucunda Galataport Kruvaziyer Limanı'nın "Kruvaziyer Turizmde Pazar Payı" alanında bölge üzerinde etkili olduğu ve katkı sunduğu; bölgenin "Güvenlik Algısı" üzerinde ise bir etki ya da değişiklik yapmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca limanın "Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri" üzerinde de yüksek etkililikte olduğu görülmektedir.

Çalışmada elde edilen sonuçlar, literatürdeki Gibson ve Bentley (2006), MacNeill ve Wozniak (2018), Aktaş ve Koramaz (2020), Kara (2022), Nehir (2022), Polat vd. (2022) ait çalışmalarda vurgulanan kruvaziyer limanının turist sayısı

ve turizm gelirleri üzerinde yüksek etki ve artış yarattığı, istihdamda artışa ve ekonomik katkıya, dolayısıyla kruvaziyer turizm alanında pazar payının artışı sağladığı bilgisiyle örtüşmektedir. Galataport Kruvaziyer Limanı açılışı itibariyle Doğu Akdeniz kruvaziyer güzergahlarında önemli bir liman olarak yerini almaktadır. Bu durum Türkiye'nin ve İstanbul'un kruvaziyer sektöründeki yerini de doğrudan etkilemekte, dünyanın ikinci büyük limanı olan Akdeniz kruvaziyer turizmde pazar payını yükseltmektedir. Bununla birlikte, görüşü alınan uzmanların Türkiye şartlarına göre değerlendirme yaptıkları göz önüne alındığında, bazı kriterlerin ağırlıklarının literatürdeki sonuçlardan farklı olduğu söylenebilir. Özellikle Galataport Kruvaziyer Limanı'nın İstanbul'a yönelik güvenlik algısı ve sosyo-kültürel ve ekonomik değişim kriterlerinde düşük etki ve katkı yaptığının düşünülmesi, limanın açılışının üzerinden henüz çok kısa süre geçmiş olması ve etkilerin tam olarak belirginleşmemesi, kruvaziyer turistlerinin bölge turistik tesis ve işletmelerinden yeterince yararlanamamış olması nedeniyle bu düzeyde çıktığı kabul edilebilir. Bu açıdan ele alındığında limanın açılışının tanıtımının yapılması, daha fazla kitleye liman olanaklarının ve şehrin turistik özelliklerinin aktarılması, kruvaziyer turistlerinin tur başlangıç ve bitişlerinde şehirde konaklamalarının sağlanması ve bölgede kalış sürelerinin artırılması bu etkiyi belirginleştirecektir.

Galataport Kruvaziyer Limanı, Türkiye'nin kruvaziyer sektöründeki en büyük yatırım ve etkiye sahip projesidir. Liman, yaratacağı sosyo-kültürel ve ekonomik etkiyle Türkiye turizmde dönüm noktası yaratacak özelliklere ve potansiyele sahiptir. Liman içerisindeki ve çevresindeki konaklama ve turistik tesislerinden hizmet alan turistler ülkedeki seyahat/konaklama ve diğer tüm harcamalarıyla, Türkiye turizmine ve kruvaziyer turizmde olumlu katkı sağlayacaktır. Özellikle uluslararası ulaştırma ağının bir merkezi haline gelen İstanbul'un turizm potansiyeli de dikkate alındığında, limanın ana liman olarak kruvaziyer gezi operasyonlarına alınması ve kruvaziyer turistlerinin tur başlangıç ve bitişlerinde şehirde konaklamalarının sağlanması ülkenin turizm gelirini artıracaktır. Süreç içinde, liman hizmetlerinden yararlanan turistlerin yaptıkları harcamalar ve bölgede yarattığı ekonomi, limanın tüm faaliyetleriyle birlikte şehrin mekansal, sosyo-kültürel ve ekonomik yapısına katkı sağlayacak değişimlere yol açacağı kesindir. Bir kruvaziyer limanının sektördeki pazar payı iyi bir şehir ve turizm imajına bağlıdır. Kruvaziyer turistlerin beklenti ve taleplerini bilmek, bu doğrultuda çekici ve kaliteli hizmet ve olanaklar sunmak limanın imajını geliştirecektir. Galataport Kruvaziyer Limanı'na hizmet sağlayan bölgedeki işletmelerin kruvaziyer turizm hakkında farkındalığının artırılması ve bilinçlendirilmesi, sürdürülebilirlik ve dolayısıyla bölgenin sosyo-kültürel ve ekonomik yapısına katkı sağlayacaktır. Bununla birlikte uzman görüşlerine göre şehrin güvenliği hakkındaki düşük etki ya da diğer bir deyimle şehre ait olduğu düşünülen yüksek güvenlik riskleri, çözümlenmesi ve giderilmesi gereken bir sorun olarak araştırmada ortaya çıkmaktadır. Bu durum yalnızca kruvaziyer limanı ya da şehirle bağlantılı değil, ülkenin içinde bulunduğu siyasi istikrarsızlık, terör ve asayiş olaylarıyla da ilgilidir. Turizmin güvenlik sorunlarına ve istikrarsızlığa çok kısa sürede ve olumsuz tepki verdiği göz önüne alındığında, güvenlik risklerini en aza indirecek ortamın yaratılması ve bu

doğrultuda eylem ve önlemlerin alınması; şehir ve ülke imajını geliştirecek stratejilerin ve politikaların uygulanması; kurumlar, işletmeler ve organizasyon içindeki tüm paydaşlar arasında işbirliği ve koordinasyonun sağlanması; yerel ve ulusal düzeyde turizm bilincinin ve farkındalığının oluşturulması önemli bir çözüm olanağı yaratacaktır.

Bu çalışma, alandan seçilen ve görüşü alınan uzmanların Türkiye şartlarına göre değerlendirme yaptıkları bir çalışmadır. Dolayısıyla bu uzmanların nitelik - nicelikleriyle ve konuya yaklaşımlarıyla sınırlıdır. Gelecekte limandan yararlanan kullanıcılar ve turistler üzerinden yapılacak çalışmalarla farklı sonuçlara ulaşılabılır ve değerlendirme yapılabilir. Yine özellikle turistlerin beklenti ve taleplerini belirlemek, bu doğrultuda çekici ve kaliteli hizmet ve olanaklar sunmak adına limana gelen kruvaziyer turistlere yönelik yapılacak diğer bir araştırma yararlı olacaktır. Kruvaziyer turistlerin limana geliş ve gidiş öncesindeki görüşlerinin alınacağı bir çalışma üzerinden süreç izlenerek farklılaşma daha açık bir şekilde ortaya konulabilir. Ayrıca bu çalışma limanın açılışının üzerinden henüz çok kısa süre geçmiş olduğu ve küresel Covid-19 salgınının etkilerinin devam ettiği 2022 yılında yapılmıştır. Bu açıdan birkaç sezon içinde limanın çevreye etkilerinin daha fazla belirginleşmesiyle elde edilecek veriler, gelecekte yapılacak çalışmaların daha kapsamlı ve anlamlı olmasını sağlayacaktır.

Etik Beyan

Bu çalışmada kullanılan anket yöntemi için İstanbul Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 21.11.2022 tarihli ve 10 nolu toplantısında 1460793 sıra sayılı kararı ile izin alınmıştır. Aksi bir durumun tespiti halinde TO&RE Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazar (lar)ına aittir.

Yazar Katkı Beyanı

1. Yazarın katkı oranı %70, 2. Yazarın katkı oranı ise %30'dir.

Çıkar Beyanı

Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Kaynakça

- 23 Aralık 1934 tarih ve 2665 sayılı İstanbul Rihtım, Dok ve Antrepo Türk Anonim Şirketi'nin Malları ile İmtiyaz Haklarının Satın Alınmasına Dair Kanun. *Resmi Gazete Sayı: 2895*, Tarih: 01 Ocak 1935.
- Aktaş, M. & Koramaz, E. K. (2020). Yakın Çevre Kullanıcılarının Galataport Projesi'nden Beklentileri, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Teknoloji ve Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 3(1), 69-79.
- Bahar, O. & Bilen, K. (2020). Turizmde Güvenlik Algısının Türkiye Ekonomisine Etkisi, *Güvenlik Bilimleri Dergisi (Uluslararası Güvenlik Kongresi Özel Sayısı)*, 185-206.
- Bayazıt, Ş. (2015). *Kruvaziyer Pazarı ve Destinasyonlarının Analizi: Türk Yolcuları ve Kruvaziyer Limanları Hakkında Ampirik Bir Çalışma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Deniz Ulaştırma Mühendisliği Anabilim Dalı, Deniz Ulaştırma Mühendisliği Programı, İstanbul.

- Bebek, İ., Altun, N., Bucak, U. & Demirel, H. (2020). Kruvaziyer Gemilerinde Emniyet Riski Oluşturan Faktörlerin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Çalışma, *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi* (IV. Ulusal Liman Kongresi ve V. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu Özel Sayısı), 73-84.
- Biehn, N.A. (2006). Cruise Ship Is Not A Floating Hotel, *Journal of Revenue Pricing Management*, 5(2), 135-142.
- Brida, J.G. & Zapata, S. (2010). Economic Impacts of Cruise Tourism: The Case of Costa Rica, *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 21(2), 322-338.
- Chiappa, G. & Abbate, T. (2016). Island Cruise Tourism Development: A Resident's Perspective in The Context of Italy, *Current Issues in Tourism*, 19(13), 1372-1385.
- CLIA, (Ocak, 2020). *Global Economic Impacts*, <https://cruising.org/-/media/research-updates/research/global-cruise-impact-analysis---2019-final.ashx> Erişim Tarihi: 02.01.2023.
- CLIA, (Aralık, 2021). *Global Report*, <https://cruising.org/-/media/clia-media/research/2022/2021-1r-clia-001-overview-global.ashx> Erişim Tarihi: 25.12.2022.
- Cruise Industry News Annual Report, (Aralık, 2022). *Market Expansion*, <https://www.cruiseindustrynews.com/store/product/annual-reports/2021-cruise-industrynewsannual-report/> Erişim Tarihi: 28.12.2022.
- Cruise Market Watch, (Aralık, 2022). *Growth, Cruise Market*, <https://cruisemarketwatch.com/growth/> Erişim Tarihi: 28.12.2022.
- Cruise Market Watch, (Aralık, 2022). *Passenger Origins, Capacity*, <https://cruisemarketwatch.com/passenger-origins/> Erişim Tarihi: 28.12.2022.
- Çalışkan, U. & Tütüncü, Ö. (2008). Turizmin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri ve Kuşadası İlçesi Uygulaması, *IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Kitapçığı*, 127-148, Antalya.
- Çelebi, F. (2017). *Yerel Halkın Kruvaziyer Turizminin Etkilerine Yönelik Algıları: Kuşadası Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Muğla.
- Deniz Turizmi Yönetmeliği (24 Temmuz 2009). *Resmi Gazete Sayı: 27298*.
- Douglas, N. & Douglas, N. (2004). Cruise Ship Passenger Spending Patterns in Pacific Island Port, *International Journal of Tourism Research*, 6(4), 251-261.
- Dwyer L. & Kim C. (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators, *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414.
- Galataport, (Aralık, 2022). *Proje Hakkında*, <https://www.galataport.com/tr/hakkimizda/proje-hakkinda>. Erişim Tarihi: 22.12.2022.
- Gibson, P. & Bentley, M. (2003). A Study of Impacts-Cruise Tourism and The South West of England, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 20(3-4), 63-77.
- İnan, E. A., Akıncı, S., Kıymahoğlu, A. & Akyürek, M. S. (2011). Kruvaziyer Turizmde Turistlerin Tavsiye Niyetlerinde Destinasyon İmajının Etkisi, *Ege Akademik Bakış*, 11(3), 487-497.
- Jordan, E. J. & Vogt, C. A. (2017). Residents' Perceptions of Stress Related to Cruise Tourism Development, *Journal of Tourism Planning and Development*, 14(4), 527-547.
- Kara, F. E. (2022). *Karaköy ve Salıpazarı Limanı'nın Tüketim Odaklı Mekansal Dönüşümü: Galataport İstanbul*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, Bursa.
- Kim, S. B., Marshall, L. H., Gardiner, R. & Kim, D.Y. (2022). Conflicts in Communities and Residents' Attitudes Toward The Impacts of Cruise Tourism in The Bahamas, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 38(9), 956-973.
- MacNeill, T. & Wozniak, D. (2018). The Economic, Social and Environmental Impacts of Cruise Tourism, *Journal of Tourism Management*, 66(1), 387-404.
- Nehir, M. (2022). *Kruvaziyer Terminal İşletmesi Analizi ve Türkiye'nin Kruvaziyer Potansiyeli*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Deniz Ulaştırma Mühendisliği Anabilim Dalı, Deniz Ulaştırma Mühendisliği Programı, İstanbul.
- Oral, E. Z., Coşar, Y., Danacı, A. & Esmer, S. (2014). Kruvaziyer Limanlarında Yer Seçimi, 8. *Kıyı Mühendisliği Sempozyumu Bildiri Kitabı*, ss. 297-308, İstanbul.
- Pallis, A.A., Wilmsmeier, G. & Satta, G. (2022). Preparing Cruise Lines, Ports, and Destinations for The Next Day of Cruising, *Research in Transportation Business & Management*, 45(1), 1-7.
- Polat, Ç., Bitiktas, F. & Açık, A. (2022). Türkiye'de Yat ve Kruvaziyer Turizmi Gelirleri: Antalya Örneği, *Journal of Maritime Transport and Logistics*, 3(2), 76-89.
- Rodrigue, P. & Notteboom, T. (2013). The Geography of Cruises: Itineraries, Not Destinations, *Applied Geography*, 38(1), 31-42.
- Saaty, T.L. & Vargas, L.G. (2013). *Decision Making with the Analytic Network Process*, Springer Publishing, New York.
- Sargın, S. & Konurhan, Z. (2021). Kruvaziyer Limanlarının Mekansal Etkilerine Bir Örnek: Galataport Kruvaziyer Limanı, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 26(45), 213-234.
- Sönmez, S. F. & Graefe, A. R. (1998). Determining Future Travel Behavior from Past Travel Experience and Perceptions of Risk and Safety, *Journal of Travel Research*, 37(2), 171-177.
- TBMM. Kayıtları Düstur 6, No.191, s.785-804, *Dersaadet Rıhtımları İmtiyaz Mukavele, Şartname ve Tarifesi*, H.27 Rebiülevvel 1308, R.29 Teşrinievvel 1306, M.10 Kasım 1890.
- Türkiye Cumhuriyeti Ulusal Ulaştırma Ana Planı (Ocak, 2023), Limanlar ve Denizyolu Taşımacılığı Altyapı Politikaları, <https://sgb.uab.gov.tr/uploads/pages/ulusal-ulasirma-ana-plani/cilt-2-proje-veri-setleri.pdf> Erişim Tarihi: 02.01.2023.
- Türkiye Turizm Stratejisi (Ocak 2023), Kruvaziyer Limanlar, <https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0> Erişim Tarihi: 02.01.2023.
- Üçışık, S. & Kadioğlu, M. (2001). Türkiye'de Kruvaziyer Turizmi Geliştirme Şartları, *Marmara Coğrafya Dergisi*, 3(1), 83-92.
- Vaya, E., Garcia, J.R., Murillo, J., Romani, J. & Surinach, J. (2018). Economic Impact of Cruise Activity: The Case of Barcelona, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 35(4), 479-492.
- Weeden C., Lester J. & Thyne M. (2011). Cruise Tourism: Emerging Issues and Implications for a Maturing Industry, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 18(1), 26-29.
- Wild, P. & Dearing, J. (2000). Development and Prospects for Cruising in Europe, *Maritime Policy and Management*, 27(4), 315-333.



Tourism and Recreation

<https://dergipark.org.tr/tourismandrecreation>

E-ISSN: 2687-1971

Sosyal medya bağımlılığı ile boş zamanda sıkılma algısı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkinin belirlenmesi

Determining the relationship between social media addiction and perception of leisure boredom and life satisfaction

Ali İskender

Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ali.iskender@atauni.edu.tr, 0000-0003- 2753-1242

MAKALE BİLGİSİ/ARTICLE INFO

Araştırma / Research Article

Anahtar Kelimeler:

Sıkılma, Boş Zaman, Sosyal Medya, Bağımlılık

Key Words:

Boredom, Leisure, Social Media, Addiction

Gönderme Tarihi/Received Date:

01.05.2023

Kabul Tarihi/Accepted Date:

18.06.2023

Yayımlanma Tarihi/Published Online:

30.06.2023

DOI:

[10.53601/tourismandrecreation.1290654](https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1290654)

ÖZET

Araştırmanın amacı boş zamanda sıkılma algısı ile sosyal medya bağımlılığı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Mevcut araştırma nicel yöntemle hazırlanmış olup veriler SPSS 21 programı ile analiz edilmiştir. Araştırmanın verileri anket tekniği ile elde edilmiştir. Araştırmanın evrenini üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Bu kapsamda Türkiye'deki farklı üniversitede eğitim öğretim gören toplam 395 öğrenciye ulaşılmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda pearson korelasyon, t testi ve ANOVA analizleri gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda boş zamanda sıkılma algısı ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı pozitif yönlü (48) ilişki bulunmuştur. Mevcut çalışma kapsamında sosyal medya bağımlılığı ile yaşam doyumu arasında anlamlı bir ilişki ortaya çıkmamıştır. Ayrıca çalışma kapsamında boş zamanda sıkılma algısı ve yaşam doyumu arasında (-16) negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Cinsiyete göre sosyal medya bağımlılığı, yaşam doyumu ve boş zamanda sıkılma algısı arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Katılımcıların sosyal medyada geçirdikleri süre ile sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır.

ABSTRACT

The current research was prepared with the quantitative method and the data were analyzed with the SPSS 21 program. The data of the research were obtained by the questionnaire technique. The universe of the research consists of university students. With this aim, a total of 395 students studying at different universities in Turkey were reached. The aim of the research is to determine the relationship between the perception of leisure boredom, social media addiction and life satisfaction. Pearson correlation, t test and ANOVA analyzes were carried out in line with the purpose of the research. As a result of the research, a significant positive (48) relationship was found between the perception of leisure boredom and social media addiction. In the current study, no significant relationship was found between social media addiction and life satisfaction. In addition, within the scope of the study, a negative and significant relationship was found between the perception of leisure boredom and life satisfaction (-16). There was no significant difference between social media addiction, life satisfaction and perception of leisure boredom according to gender. Significant differences emerged between the time spent by the participants on social media and their social media addiction levels.

1. Giriş

Boş zamanın tatmin edici şekilde değerlendirilmemesi durumu can sıkıntısına yol açabilmektedir. Can sıkıntısı ise bireyin mutluluk algısını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Boş zamanda sıkılma algısının bireyin boş zamanlarını doldurabilecek uğraşlarının olmaması ya da yeterli düzeyde olmaması durumunda ortaya çıkma olasılığı daha yüksektir.

Boş zamanda sıkılma algısı ile birçok riskli davranış arasında ilişki bulunmuştur. Boş zamanda sıkılma algısı sigara kullanımı (Sharp vd., 2006), madde kullanımı (Mercer

& Eastwood, 2010), alkol kullanımı, intihar eğilimi, şiddet, saldırganlık (Svendsen, 2017), kumar (Blaszczynsk vd., 1990) gibi birçok riskli davranışla ilişkisi bulunmaktadır. Literatürde sosyal medya bağımlılığının psikolojik bozukluklar (Bilgin, 2018), psikolojik semptomlar (Karadağ, 2019), benlik saygısı (Şahin & Öztoprak, 2019), depresyon (Balcı & Baloğlu, 2018), uyku kalitesi (Güneş vd., 2018), sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusu (Kovan & Ormancı, 2021), yalnızlık (Korkmaz, 2021) gibi kavramlarla ilişkilerini incelemeye yönelik çalışmalar yapılmıştır. Bu araştırmanın amacı boş zamanda sıkılma algısı ile sosyal medya bağımlılığı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemektir.

Sorumlu yazar /Corresponding author.

Dr.Öğr.Üyesi, Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ali.iskender@atauni.edu.tr, 0000-0003- 2753-1242

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Sosyal Medya Bağımlılığı

Sosyal medya; iletişim, öğrenme ve iş birliği açısından giderek daha popüler bir platform haline gelmiştir (Kuss & Griffiths, 2017). Sosyal medya yer ve zaman kısıtı olmadan kullanım fırsatı sunan kullanıcılarına paylaşılan bilgileri takip etme, sohbet imkânı sunan (Manavcıoğlu, 2015), kullanıcıların oluşturdukları bilgileri paylaşmalarına olanak veren teknoloji temelli uygulamalar olarak tanımlanmaktadır (Kaplan & Haenlein, 2010). İnsanlar hayal kırıklığından kaçmak ve psikolojik tatmin elde etmek için internette daha fazla zaman harcıyorlar, ancak internetin aşırı kullanımı (Ryan vd., 2014) sosyal medya bağımlılığına yol açmaktadır. Sosyal sitelerde sorunlu etkileşim genellikle sosyal medya bağımlılığı olarak adlandırılır. Sosyal medya bağımlılığı ise bireylerin sosyal ve günlük yaşam aktivitelerinde önemli aksamalara neden olmaktadır (Griffiths vd., 2014).

Sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya uygulamalarında aşırı meşgul olma, sosyal medya araçlarında vakit geçirmek için aşırı istekli olma ve bu mecralarda vakit geçirirken bireyin yaşamındaki diğer alanlara zaman ayıramaması durumu olarak tanımlanmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı yaşayan bireyler sosyal medya uygulamalarında iş, aile, kişilerarası iletişim ve ruh durumlarını olumsuz etkileyecek ölçüde vakit geçirmektedirler (Andreassen vd., 2014). Sosyal medya bağımlılığı oluşan bireylerde “sosyal medya ile gerçekleştirilen etkileşim” bireyin yaşamının en önemli uğraşı haline gelir. Bu kişiler sosyal medya platformlarında aşırı zaman harcarlar (Kuss & Griffiths, 2011).

2.2. Boş Zamanda Sıkılma Algısı

Boş zamanda sıkılma algısı bireyde kendini zaman öldürme ve zamanın bilinçsizce geçirilmesi şeklinde göstermektedir. Boş zamanda sıkılma algısı boş zaman kullanım bilinci olmayan bireylerde daha sık ortaya çıkmaktadır (Iso-Ahola & Weissinger, 1990). Bireylerde boş zaman farkındalığının yetersizliği, boş zamana karşı olumsuz duygular besleme, motivasyon araçlarının yetersizliği ve boş zaman engellerinin varlığı boş zamanda sıkılma algısına yol açan etmenlerdir (Iso-Ahola & Weissinger, 1987).

Boş zamanda sıkılma algısını besleyen temel algı “bireyin gereğinden fazla boş zamana sahip olması fakat bu boş zamanı dolduracak çok yetersiz uğraşlara sahip olduğu” düşüncesidir (Iso-Ahola & Weissinger, 1990). Geniş boş zaman değerlendirme uğraşlarına, boş zaman bilincine, ahlakına ve yüksek motivasyona sahip olan bireylerde boş zamanda sıkılma algısının oluşma olasılığı düşüktür (Iso-Ahola & Weissinger, 1987). Sıkılma duygusunun boş zaman açısından oluşturduğu riskli davranışlardan biri bağımlılıktır. Leung (2008) boş zamanda sıkılma algısı ile cep telefonu bağımlılığı arasında ilişki bulunduğunu belirtmiştir.

Wilcock (1998) meşguliyet kaynaklı olarak boş zamanda ortaya çıkan can sıkıntısını “meşguliyet eksikliği” ve “dengesiz meşguliyetler” olarak iki boyutlu ifade etmiştir. Meşguliyet eksikliği dış etmenlerin bireyin tercih ettiği uğraşlarına oranla

daha baskın olduğu durumlarda oluşur. Dengesiz meşguliyetten kaynaklı can sıkıntısı ise birey yaptığı eylemlerin fiziksel, sosyal ve ruhsal ihtiyaçlarını yerine getirmede yetersiz olduğu durumlarda oluşmaktadır. Meşguliyet eksikliği olan bireylerde boş zamanda can sıkıntısının oluşması muhtemel bir sonuçtur. Fakat boş zamanlarını rekreatif etkinliklerle değerlendiren bireylerde boş zamanda sıkılma duygusunun oluşma riski azalmaktadır (Caldwell vd., 1999). Sıkılma verimlilik üzerinde engele sebep olan (Wyatt, 1950), mutluluğun düşmanı (Schopenhauer, 2004), şeytani uğraşların kaynağı (Kierkegaard, 1987) olarak ifade edilmektedir. Sıkılma insanların kaçınmak istediği ve kötü olarak algıladığı bir duygudur. Sıkılan birey kendini öfkeli ve zayıf hissedebilir. Bu durumda birey dikkatini farklı arayışlar içerisine yönlendirerek ve alternatifler arasından kendine yeni bir yol arayışına yönelecektir (Bench & Lench, 2013).

Svensden (2017) can sıkıntısının madde “bağımlılığı, alkol ve tütün ürünleri kullanımı, yeme bozuklukları, vandalizm, depresyon, saldırganlık, nefret, şiddet, intihar” gibi birçok olumsuzlukla ilişkili olduğunu ifade etmektedir. Sıkılma “itici” (Harris, 2000), “insana hoş gelmeyen, bireyi kısıtlayan” (Todman, 2013; Fahlman vd, 2013), “yorgunluk, sinir, tembellik, huzursuzluk” (Harris, 2000; Martin vd., 2006; O’Brien, 2014) gibi duyguların oluşmasına neden olabilen bir durumdur.

Sıkılmanın konsantrasyon düşüklüğü (Ahmed, 1990), çevreye karşı duyarsızlık (Carriere vd., 2008), şiddet eylemi (Fahlman vd., 2013) gibi davranışlarla ilişkisi bulunmaktadır. Boş zamanlarında sıkılma duygusu yaşayan bireylerde odaklanamama ve yaptıkları iş veya meşguliyetlere tam anlamıyla kendini verememe sorunu ortaya çıkabilmektedir (Seib & Vodanovich, 1998).

2.3. Yaşam Doyumu

Yaşam doyumu yargısal bir süreç olarak ele alınmaktadır. Buna göre yaşam doyumu kategorize edilen ölçütlerin bireyin derecelemesine göre yorumlanması ve bunun sonucunda yaşam doyumunun ifade edilmesi sürecidir (Shin & Jackson, 1978). Yaşam doyumunu bireylerin yaşamını bütünsel olarak ele alması ve bunun sonucunda bireyin değerlendirmeleri sonucu ortaya çıkan bir kavramdır. Birey yaşamını aile, arkadaş, çevre gibi yaşam alanları içerisinde ele alarak memnun olup olmadığına karar verir (Suldo & Huebner, 2006).

Yaşam doyumu bireylerin beklentileri ile şu anki başarısı arasındaki tutarsızlığın değerlendirilmesi sonucu ortaya çıkan değerlendirmelerdir. Buna göre tutarsızlığın az olması kişinin yaşam doyumunun daha yüksek olacağı anlamına gelmektedir (Diener vd., 2003). Bireyin olumlu duygularının olumsuz duygularına göre daha baskın olduğu durumlarda yaşam doyum düzeyinin de artacağı ifade edilmektedir (Frish, 2006).

3. Yöntem

Bu araştırma nicel yöntemle hazırlanmış olup verilerin elde edilmesinde anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın verileri 2023 yılı Nisan ayı içerisinde online anket kullanılarak elde edilmiştir. 2023 yılında ülkemizde Kahramanmaraş merkezli depremlerin ardından yaşanan olumsuz koşullardan

kaynaklı üniversitelerde eğitim öğretime bir süreliğine online olarak devam etme kararı alınmıştır. Bu koşullar da dikkate alınarak anketin online yapılmasına karar verilmiştir. Araştırmada kullanılan anket çalışması için Atatürk Üniversitesi Etik Kurul'u tarafından E.88656144-000-2300119614 sayı ve 10.04.2023 tarihli toplantısında bilim etiği yönünden sakınca bulunmadığına dair görüş alınmıştır. Online anketler araştırmacının farklı üniversitelerden akademisyenlerle iletişime girerek anketlerin öğrencilere ulaştırılmasıyla elde edilmiştir.

3.1. Evren Örnekleme

Bu araştırmanın evrenini Türkiye'de eğitim gören üniversiteli öğrenciler oluşturmaktadır. Örnekleme yöntemi olarak basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmış olup bu kapsamda farklı üniversitelerden veriler elde edilmiştir. Yükseköğretim Kurulunun (YÖK) 2023 yılı için yayınladığı istatistiklere göre Türkiye'de toplam 208 yükseköğretim kurumu bulunmaktadır. 2021-2022 eğitim öğretim yılında Türkiye'de ön lisans düzeyinde 3.250.101, lisans düzeyinde 4.579.047 yüksek lisans düzeyinde 358.271 ve doktora düzeyinde 109.540 öğrenci olmak üzere toplam 8.296.959 öğrencinin eğitim aldığı belirlenmiştir (YÖK, 2023). Ural & Kılıç (2005) evren sayısının 100000 ve üzeri olduğu durumlarda 384 verinin evreni temsil edecek yeterlilikte olduğunu belirtmiştir. Bu araştırma kapsamında 395 anket elde edilmiş olup elde edilen veri sayısı evreni temsil edecek düzeydedir.

3.2. Veri Toplama Yöntemi

Boş zamanda sıklık algısı ölçeği Iso-Ahola & Weissinger (1987) tarafından geliştirilmiş olup ölçeğin Türkçeye uyarlaması ise Kara vd. (2014) tarafından gerçekleştirilmiştir. Iso-Ahola ve Weissinger (1987) tarafından geliştirilen orijinal ölçek 16 ifadeden oluşurken Türkçe uyarlamasında sıklık ve doyum olarak iki boyut ve 10 ifadeden oluşmuştur. Yaşam doyumu ölçeği 5 ifadeden oluşmakta olup ölçekten alınan puanın artması yaşam doyumunun da yüksek olduğu anlamına gelmektedir (Diener vd., 2003). Bu ölçeğin Türkçe uyarlaması Köker (1991) tarafından yapılmıştır. Sosyal medya bağımlılığı ölçeği Şahin & Yağcı (2017) tarafından geliştirilmiş olup ölçek 20 ifade ve iki boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin sanal tolerans alt boyutu 1-11'inci maddeler, sanal iletişim alt boyutu ise 12-20'nci maddelerden oluşmaktadır. Ölçekte kullanılan 5. ve 11. maddeler ters kodlanmaktadır. Bu araştırmada sosyal medya bağımlılığı ölçeği alt boyutları ve toplam puanları ayrı ayrı araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırmada kullanılan tüm ölçekler 5'li Likert tipi ölçekler olup katılımcılar kesinlikle katılmıyorum ile kesinlikle katılıyorum arasında yanıtlar verebilmektedir.

3.3. Araştırmanın Amacı ve Hipotezler

Bu araştırmanın amacı gençlerde görülen sosyal medya bağımlılığı ile boş zamanda sıklık algısı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Sommers & Vodanovich (2000) ileri seviyedeki bir can sıkıntısının "depresyon, kaygı, hassasiyet, obsesif kompulsif davranış bozuklukları" ile ilişkili olduğunu ifade etmiştir. Harris (2000), Vodanovich & Kass (1990) sıklık ile yaş faktörü arasında ilişki olduğunu

belirtmişlerdir. Harris (2000), Vodanovich & Kass (1990)'e göre genç gruplar daha fazla sıklığa maruz kalmaktadır.

Bu araştırma kapsamında boş zamanlarında sıkılan gençlerin can sıkıntısının yarattığı olumsuz ruh halinden kaçmak ve unutmak için sosyal medyaya yöneldiği düşünülmüştür. Zaman içerisinde bu kaçış eylemi bağımlılığa dönüşme riskini barındırmaktadır. Nitekim Mannell (1984) boş zamanlarında sıkılan kişilerin bu durumdan kurtulmak, can sıkıntısını ve mutsuzluğunu bertaraf edebilmek için riskli davranışlarda bulunabileceğini belirtmiştir (Mannell, 1984). Araştırmanın amacı doğrultusunda geliştirilen hipotezler şu şekildedir:

H_1 Katılımcıların cinsiyetlerine göre sosyal medya bağımlılık düzeyleri anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

H_{1a} Katılımcıların cinsiyetlerine göre yaşam doyum düzeyleri anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

H_{1b} Katılımcıların cinsiyetlerine göre boş zamanda sıklık algısı düzeyleri anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

H_2 Katılımcıların sosyal medyada geçirdikleri süre ile sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H_3 Sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutları ile boş zamanda sıklık algısı "sıklık" alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_4 Sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutları ile boş zamanda sıklık algısı "doyum" alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_5 Boş zamanda sıklık algısı "sıklık" alt boyutu ile yaşam doyumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_6 Boş zamanda sıklık algısı "doyum" alt boyutu ile yaşam doyumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

4. Bulgular

Araştırmada kullanılan ölçeklere güvenilirlik analizi uygulanmış olup sonuçlar Tablo 1'de gösterilmektedir. Buna göre sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin toplam güvenilirlik düzeyi α , 867 alt boyutlarının ise sırasıyla sanal tolerans α , 740, sanal iletişim α , 836 olarak belirlenmiştir. Boş zamanda sıklık algısı ölçeği iki alt boyuttan oluşmakta olup güvenilirlik düzeyleri sırasıyla "sıklık" alt boyutu, α , 715, "doyum" alt boyutu α , 659 şeklindedir. Yaşam doyumu ölçeği tek boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin güvenilirlik düzeyi ise α , 789'dur. Kayış (2014) Alfa katsayısına bağlı olarak $0,60 \leq \alpha < 0,80$ aralığındaki ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu belirtirken $0,80 \leq \alpha < 1,00$ aralığındaki ölçeğin ise yüksek derecede güvenilir olduğunu ifade etmiştir. Buna göre araştırmada kullanılan ölçeklerin yeterli düzeyde güvenilir olduğu görülmektedir.

Hipotezleri test etmek için gerekli analizlere başlamadan önce verilerin normallik sayılımsını karşılayıp karşılamadığını belirlemek için basıklık ve çarpıklık değerlerine bakılmıştır. Bu sonuçlara ilişkin bilgilere Tablo 2'de yer verilmiştir. Buna göre maddelerin basıklık çarpıklık değerleri +2 ile -2 arasında olduğu belirlenmiştir (Harrington, 2009). Elde edilen sonuçlar doğrultusunda verilerin normal dağılım gösterdiği anlaşılmıştır.

Tablo 1. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenirlik Düzeyleri

Ölçekler	α
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	
“Sanal Tolerans”	.740
“Sanal İletişim”	.836
Boş Zamanda Sıkılma Algısı Ölçeği	
“Sıkılma”	.715
“Doyum”	.659
Yaşam Doyumu Ölçeği	.789
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Tüm	.867

Tablo 2. Ölçeklerin Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

Ölçekler	Basıklık	Çarpıklık
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği		
“Sanal Tolerans”	.143	.376
“Sanal İletişim”	.296	.507
Boş Zamanda Sıkılma Algısı Ölçeği		
“Sıkılma”	-.399	.267
“Doyum”	.127	-0.20
Yaşam Doyumu Ölçeği	-.203	.202
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Tüm	.346	.497

Tablo 3’te katılımcıların demografik bilgileri yer almaktadır. Araştırma anketlerine yanıt veren katılımcıların %59,2’si kadinken %40,8’i ise erkektir. Katılımcıların %52,4’ü 17-21 yaş aralığında, %34,9’u 22-26 yaş aralığında ve %12,7’si ise 27 yaş ve üzerindedir. Katılımcılara günde ne kadar süre sosyal medyada vakit geçirdikleri sorusu iletilmiştir. Buna göre

Tablo 3. Katılımcılara İlişkin Tanımlayıcı Bulgular

	Kategori	N	%
Cinsiyet	Erkek	128	40,8
	Kadın	258	59,2
Yaş	17-21	205	52,4
	22-26	138	34,9
	27 ve üstü	50	12,7
Günde ne kadar süre sosyal medyada vakit geçirirsiniz?	1 saatten az	26	6,6
	1-2 saat	124	31,4
	3-4 saat	118	29,9
	5 saatten fazla	127	32,2
Hangi sosyal medya uygulamalarını kullanırsınız?	Instagram	357	90,4
	Whatsapp	374	94,7
	YouTube	302	76,5
	Twitter	201	50,9
	TikTok	90	22,8
	Snapchat	144	36,5
	Facebook	63	15,9
	Telegram	77	19,5
WeChat	2	0,5	
Swarm	2	0,5	

katılımcıların %32,2’si günde 5 saatten fazla, %31,4’ü günde 1-2 saat, %29,4’ü günde 3-4 saat, %6,6’sı ise günde 1 saatten az sosyal medyada vakit geçirmektedir sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcılara hangi sosyal medya uygulamalarını kullandıkları sorusu yöneltilmiştir. Buna göre katılımcıların %94,7’si Whatsapp uygulamasını, %90,4’ü Instagram uygulamasını, %76,5’i YouTube uygulamasını, %50,9’u Twitter uygulamasını, %36,5’i Snapchat uygulamasını, %22,8’i TikTok uygulamasını, %19,5’i Telegram uygulamasını, %15,9’u Facebook uygulamasını kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların cinsiyetlerine göre sosyal medya bağımlılığı, boş zamanda sıkılma algısı ve yaşam doyumları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için bağımsız t testi analizi yapılmış olup sonuçlar Tablo 4’te detaylıca gösterilmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda H_1 reddedilmiştir.

Katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süreleri ile sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı fark olup olmadığını belirlemek için tek yönlü ANOVA karşılaştırması yapılmış ve sonuçlar Tablo 5’te gösterilmiştir. Buna göre sosyal medyada günde 1 saatten az vakit geçirenlerle günde 3-4 saat ve günde 5 saatten fazla vakit geçirenler arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0,05$). Sosyal medyada günde 5 saatten fazla vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları \bar{x} 2.94; 3-4 saat arası vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları \bar{x} 2.60 ve 1 saatten az vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları \bar{x} 2.20’dir. Sosyal medyada günde 1-2 saat vakit geçirenlerle günde 3-4 saat ve günde 5 saatten fazla vakit geçirenler arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0,05$). Sosyal medyada günde 5 saatten fazla vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları \bar{x} 2.94; 3-4 saat arası vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları \bar{x} 2.60 ve 1-2 saat vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları \bar{x} 2.17’dir.

Tablo 4. Katılımcıların Cinsiyetine Göre Ölçekler Arasındaki Farklılıkları Gösteren T Testi Tablosu

Ölçek	Grup	N	\bar{x}	t	p
Sosyal Medya Bağımlılığı	Kadın	234	2.57	.704	.482
	Erkek	161	2.52		
Sanal Tolerans	Kadın	234	2.71	1.579	.115
	Erkek	161	2.60		
Sanal İletişim	Kadın	234	2.39	-.361	.718
	Erkek	161	2.42		
Boş Zamanda Sıkılma	Kadın	234	2.84	.698	.486
	Erkek	161	2.77		
Boş Zamanda Doyum	Kadın	234	3.37	.858	.392
	Erkek	161	3.31		
Yaşam Doyumu	Kadın	234	2.75	-.315	.753
	Erkek	161	2.78		

Sosyal medyada günde 3-4 saat vakit geçirenlerle günde 1 saatten az vakit geçirenler, günde 1-2 saat vakit geçirenler ve günde 5 saatten fazla vakit geçirenler arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0,05$). Sosyal medyada günde 1 saatten az vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları \bar{x} 2.20, sosyal medyada 1-2 saat vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları \bar{x} 2.17, sosyal medyada günde 5 saatten fazla vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları ise \bar{x} 2.94'tür. Sosyal medyada günde 5 saatten fazla vakit geçirenlerle günde 1 saatten az vakit geçirenler, günde 1-2 saat vakit geçirenler ve günde 3-4 saat vakit geçirenler arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0,05$). Sosyal medyada günde 1 saatten az vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları \bar{x} 2.20, sosyal medyada 1-2 saat vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları \bar{x} 2.17, sosyal medyada günde 3-4 saat vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları ise \bar{x} 2.60'tür. Elde edilen bulgular sonucunda H_2 kabul edilmiştir.

Katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süreleriyle boş zamanda "sıkılma" algısı arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek için tek yönlü ANOVA analizi yapılmıştır. Buna göre sosyal medyayı günlük 1-2 saat kullananlarla sosyal medyayı günlük 3-4 saat ve günlük 5 saatten fazla kullananlar arasında boş zamanda "sıkılma" boyutu arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<0,05$). Sosyal medyada günde 3-4 saat vakit geçirenlerin boş zamanda "sıkılma" algısı ortalamaları \bar{x} 2.87 ve sosyal medyada günde 5 saatten fazla vakit geçirenlerin boş zamanda "sıkılma" algısı ortalaması ise \bar{x} 3.14'tür. Sosyal medyayı günde 3-4 saat kullananlarla sosyal medyayı günde 1-2 saat kullananlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Sosyal medyayı günde 1-2 saat kullananların boş zamanda "sıkılma" algısı ortalaması \bar{x} 2.46'dır. Sosyal medyayı günde 5 saatten fazla kullananlarla sosyal medyayı günde 1-2 saat kullananlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Sosyal medyayı günde 1-2

Tablo 5. Katılımcıların Günlük Sosyal Medya Kullanım Süreleri ile Ölçekler Arasındaki Farklılıkları Gösteren Tek Yönlü ANOVA Tablosu

Ölçek	Grup	N	\bar{x}	s.s.	F	p	Tukey
Sosyal Medya Bağımlılığı	1 saatten az	26	2.20	.72911	35.533	,000	(3,4)
	1-2 saat	124	2.17	.59953			(3,4)
	3-4 saat	118	2.60	.65925			(1,2,4)
	5 saatten fazla	127	2.94	.70031			(1,2,3)
*Sosyal Medya Bağımlılığı alt boyutu "Sanal Tolerans"	1 saatten az	26	2.41	.76237	33.080	,000	(4)
	1-2 saat	124	2.26	.63744			(3,4)
	3-4 saat	118	2.73	.67044			(2,4)
	5 saatten fazla	127	3.06	.61092			(1,2,3)
*Sosyal Medya Bağımlılığı alt boyutu "Sanal İletişim"	1 saatten az	26	1.93	.91467	24.677	,000	(3,4)
	1-2 saat	124	2.05	.69157			(3,4)
	3-4 saat	118	2.45	.78082			(1,2,4)
	5 saatten fazla	127	2.80	.74909			(1,2,3)
Boş Zamanda "Sıkılma"	1 saatten az	26	2.64	1.19239	12.289	,000	-
	1-2 saat	124	2.46	.80077			(3,4)
	3-4 saat	118	2.87	.94051			(2)
	5 saatten fazla	127	3.14	.87509			(2)
Boş Zamanda "Doyum"	1 saatten az	26	3.29	1.11747	.095	,963	-
	1-2 saat	124	3.35	.80900			-
	3-4 saat	118	3.37	.83468			-
	5 saatten fazla	127	3.33	.62473			-
Yaşam Doyumu	1 saatten az	26	2.92	1.04166	1.051	,370	-
	1-2 saat	124	2.78	.81520			-
	3-4 saat	118	2.83	.88249			-
	5 saatten fazla	127	2.66	.91930			-

saat kullananların boş zamanda “sıkılma” algısı ortalaması \bar{x} 2.46’dır.

Ölçekler arasındaki ilişki belirlemek için “pearson korelasyon” analizi yapılmış olup sonuçlar Tablo 6’da detaylıca belirtilmiştir. Tablo 6’ya göre sosyal medya bağımlılığı ile boş zamanda “sıkılma” boyutu arasında anlamlı pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Buna göre gençlerin sosyal medya bağımlılığı arttıkça boş zamanda “sıkılma” düzeyleri $\beta,48$ düzeyinde artmaktadır. Araştırma sonucunda gençlerin sosyal medya bağımlılıkları arttıkça boş zamanda “doyum” düzeylerinin $\beta,13$ düzeyinde pozitif yönlü arttığı sonucuna da ulaşılmıştır ($p < 0,05$).

Benzer şekilde sosyal medya bağımlılığı alt boyutları (sanal tolerans, sanal iletişim) ile boş zamanda sıkılma algısı alt boyutları (sıkılma, doyum) arasında anlamlı pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir (Sanal tolerans/boş zamanda sıkılma β^{46} ; sanal tolerans/boş zamanda doyum β^{12} ; sanal iletişim/boş zamanda sıkılma β^{41} ; sanal iletişim/boş zamanda doyum β^{11} ; $p < 0,05$). H_3 ve H_4 kabul edilmiştir.

Araştırma sonucunda boş zamanda sıkılma algısı “sıkılma” boyutu ile yaşam doyumu arasında anlamlı negatif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Buna göre boş zamanda sıkılma algısı arttıkça yaşam doyumunda $\beta, -15$ düzeyinde azalma görülmektedir. Boş zamanda sıkılma algısı “doyum” boyutu ile yaşam doyumu arasında anlamlı pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Buna göre boş zamanda doyum düzeyi arttıkça yaşam doyumunda $\beta, 20$ düzeyinde bir artış görülmektedir. H_5 ve H_6 kabul edilmiştir.

Sonuç ve Öneri

Mevcut araştırma sonucunda boş zamanda sıkılma algısı ile yaşam doyumu ve sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Araştırma kapsamında boş zamanda sıkılma algısı artarken sosyal medya bağımlılığının da artmakta olduğu ve boş zamanda sıkılma algısı artarken yaşam doyumunun ise azalmakta olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Boş zamanda sıkılma algısı ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif yönlü bir ilişki mevcutken boş zamanda sıkılma algısı sıkılma boyutu ile yaşam doyumu arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur.

Tablo 6. Sosyal Medya Bağımlılığı ve Alt Boyutlarıyla Boş Zamanda Sıkılma, Boş Zamanda Doyum ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişki

Boyutlar		Sos.Med.Bağ	*San.Tolerans	*San. İletişim	Boş zamanda sıkılma	Boş zamanda doyum	Yaşam doyumu
Sosyal Medya	r	1	,921	,908	,482	,132	-,022
Bağımlılığı	p	,000***	,000***	,000***	,000***	,009***	,658
*Sanal Tolerans	r	,921	1	,673	,468	,129	-,028
	p	,000***		,000***	,000***	,010***	,576
*Sanal İletişim	r	,908	,673	1	,410	,111	-,012
	p	,000***	,000***		,000***	,027***	,812
Boş zamanda sıkılma	r	,482	,468	,410	1	-,157	-,166
	p	,000***	,000***	,000***		,002***	,001***
Boş zamanda doyum	r	,132	,129	,111	-,157	1	,207
	p	,009***	,010***	,027***	,002***		,000***
Yaşam doyumu	r	-,022	-,028	-,012	-,166	,207	1
	p	,658	,576	,812	,001***	,000***	

*** $p < 0,05$

Bu araştırmanın sonuçları ile yapılan benzer çalışmalar arasında yakın sonuçlar bulunmuştur. Ayhan vd. (2018) yaptıkları çalışmada lise öğrencilerinin serbest zamanda sıkılma algısı ile yalnızlık ve sosyal medya bağımlılıkları arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Buna göre serbest zamanda sıkılma algısı ve yalnızlık düzeyi arttıkça sosyal medya bağımlılığında artış yaşandığı sonucuna ulaşılmıştır. Kara vd. (2022) serbest zamanda sıkılma algısının mesleki tükenmişliği ve sosyal medya bağımlılığını yordama düzeyini incelemişlerdir. 409 çalışan üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmalarında serbest zamanda sıkılma algısının katılımcıların mesleki tükenmişlik ve sosyal medya bağımlılığında yordayıcı gücü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kara & Gürbüz (2022) serbest zamanda sıkılma algısı ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Buna göre serbest zamanda sıkılma algısı ile internet bağımlılığı arasında düşük düzeyli anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Duygun vd. (2022) lise öğrencileri üzerine gerçekleştirdikleri araştırmalarında boş zamanda sıkılma algısı ile sosyal medya bağımlılığı arasında orta düzeyli pozitif ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Alan yazınında boş zamanda sıkılma algısı ile yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi inceleyen başka çalışmaya rastlanmamış olup bu çalışma kapsamında boş zamanda sıkılma algısı “sıkılma” boyutu ile yaşam doyumu arasında düşük düzeyli negatif yönlü bir ilişki tespit edilirken boş zamanda sıkılma algısı ölçeği “doyum” boyutu ile yaşam doyumu arasında ise pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamında cinsiyete göre katılımcıların sosyal medya bağımlılığı, boş zamanda sıkılma algısı ve yaşam doyum düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Araştırma sonucuna göre katılımcıların sosyal medyada geçirdikleri süre ile sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin ortalamalarına bakıldığında da sosyal medyada fazla vakit geçiren katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin daha fazla arttığı belirlenmiştir. Buna göre sosyal medyada 1 saatten az vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri $\bar{x}2.20$, 1-2 saat vakit geçirenlerin $\bar{x}2.17$, 3-4 saat vakit geçirenlerin $\bar{x}2.60$ ve 5 saatten fazla vakit geçirenlerin $\bar{x}2.94$ olarak belirlenmiştir.

Bu araştırma üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında elde edile sonuçlar doğrultusunda, boş zamanda sıkılma algısı yaşayan bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin arttığı görülmüştür. Sosyal medya bağımlılığı bireylerin özel hayatlarını, kişilerarası iletişimlerini, iş yaşamını olumsuz etkileyebilen bir davranışsal bağımlılık türüdür. Bu kapsamda bireylere boş zamanlarını daha verimli geçirecekleri aktiviteler edinmeleri tavsiye edilmektedir. Bireylerin edinecekleri hobilerle birlikte boş zamanları verimli geçeceğinden dolayı boş zamanda sıkılma algıları düşecek ve boş zamanda doyum algıları ve yaşam tatmin düzeyleri artacaktır (Çetiner & Yayla, 2021). Özellikle bireyi sosyalleştirici etkinliklerin boş zamanda tercih edilmesi kişiyi yalnızlık duygusundan da uzaklaştıracaktır. Boş zamanlarını aktif bir şekilde değerlendiren kişilerde boş zamanda sıkılma algısının oluşması ihtimali düşüktür. Boş zamanlarını değerlendirmeyi bilmeyen, yeterli ve faydalı uğraşları olmayan kişiler bu boşluğu doldurmak için uzun süreler sosyal medyada vakit geçiriyor olabilir. Sosyal medyada geçirilen süre arttıkça bağımlılık düzeyleri de artmaktadır. Bu olumsuz gidişatı önleyebilmek için boş zamanın faydalı ve tatmin edici aktivitelerle geçirilmesi tavsiye edilmektedir. Bireyler kendi ruhsal durumuna, karakterine uygun zevk alacağı uğraşlarını tespit ederek bunu hobiye dönüştürmeli. Hobilerini ise aksatmadan yerine getirerek boş zamanlarında yaşayabilecekleri sıkılma algılarını ortadan kaldırabilir.

Bu araştırma boş zamanda sıkılma algısı ile sosyal medya bağımlılığı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi incelerken, gelecekte yapılacak çalışmalarda araştırmacılara boş zamanda sıkılma algısı ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide aracı değişkenlerin etkisinin incelenmesi tavsiye edilmektedir.

Etik Beyan

Bu çalışmada kullanılan anket yöntemi için Atatürk Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 10.04.2023 tarihli ve 06/102 nolu toplantısında E.88656144-000-2300119614 sıra sayılı kararı ile izin alınmıştır. Aksi bir durumun tespiti halinde TO&RE Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazara aittir.

Yazar Katkı Beyanı

Yazarın katkı oranı %100'dür.

Çıkar Beyanı

Çalışma tek yazarlı olduğu için çıkar çatışması yoktur.

Kaynakça

- Ahmed, S. M. S. (1990). Psychometric Properties of the Boredom Proneness Scale. *Perceptual and Motor Skills*, 71, 963-966.
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., & Pallesen, S. (2014). Predictors of Use of Social Network Sites At Work-A Specific Type of Cyberloafing. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(4), 906-921.
- Ayhan, C., Kaya, B. H., Yalçın, İ. & Karakaş, G. (2018). Serbest Zamanda Sıkılma Algısı, Yalnızlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki, Conference: Erpa International Congresses on Education, 28 Haziran-1 Temmuz 2018, ss.58, İstanbul.
- Balci, Ş. & Baloglu, E. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişki: "Üniversite Gençliği Üzerine Bir Saha Araştırması". *İletişim Dergisi*, 29, 209-234.
- Bench, S. W., & Lench, H. C. (2013). On The Function Of Boredom. *Behavioral Sciences*, 3, 459-472.
- Bilgin, M. (2018). Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik Bozukluklar Arasındaki İlişki. *The Journal of International Scientific Researches*, 3(3), 237-247.
- Blaszczynski, A., McConaghy, N. & Frankova, A. (1990). Boredom Proneness in Pathological Gambling. *Psychological Reports*, 67(1), 35-42.
- Caldwell, L., Darling, N., Payne, L. L. & Dowdy, B. (1999). Why Are You Bored? An Examination of Psychological and Social Control Causes of Boredom among Adolescents. *Journal of Leisure Research*, 31, 103- 121.
- Carriere, J. S. A., Cheyne, J. A. & Smilek, D. (2008). Everyday Attention Lapses and Memory Failures: the Affective Consequences of Mindlessness. *Consciousness and Cognition*, 17, 835-847.
- Çetiner, H. & Yayla, Ö. (2021). Aktivite Bağlılığının Yaşam Tatmini ve Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi: Bisiklet Kullanıcılarına Yönelik Bir Araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 42, 209-222.
- Diener, E., Oishi, S. & Lucas, R. E. (2003). Personality, Culture, and Subjective Wellbeing: Emotional and Cognitive Evaluations of Life. *Annual Reviews*, 54, 403-425.
- Duygun, S., Turkak, V., Cöhce, E. & Balci, Ç. R. (2022). Lise Öğrencilerinde Boş Zaman Can Sıkıntısının Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi. *Anatolia Social Research Journal*, 1(1), 106-119.
- Fahlman, S. A., Mercer-Lynn, K. B., Flora, D. B. & Eastwood, J. D. (2013). Development and Validation of the Multidimensional State Boredom Scale. *Assessment*, 20, 68-85.
- Frish, M. B. (2006). Quality of Life Therapy: Applying A Life Satisfaction Approach to Positive Psychology and Cognitive Therapy. (First Edition). New Jersey, John Wiley & Sons.
- Griffiths, M. D., Kuss, D.J. & Demetrovics, Z. (2014). *Social Networking Addiction: An Overview of Preliminary Findings*. In: Rosenberg, K. P., Feder, L.C. (Eds.), *Behavioral Addictions*. Academic Press, pp. 119-141.
- Güneş, N. A., Akbıyık, İ. D., Aypak, C. & Görpelioglu, S. (2018). Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Uyku Kalitesi. *Türkiye Aile Hekimliği Dergisi*, 22 (4) , 185-192.
- Harrington, D. (2009). *Confirmatory Factor Analysis*. New York, Oxford University Press, Inc.
- Harris, M. B. (2000). Correlates and Characteristics of Boredom Proneness and Boredom. *Journal of Applied Social Psychology*, 30(3), 576-598.
- Iso-Ahola S. E. & Weissinger E. (1987). Leisure and Boredom. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 5, 356-364.
- Iso-Ahola, S. E. & Weissinger, E. (1990). Perceptions of Boredom in Leisure: Conceptualization, Reliability and Validity of the Leisure Boredom Scale. *Journal of Leisure Research*, 22(1), 1-17.

- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! the Challenges and Opportunities of Social Media, *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kara, F. M., Öncü, E. & Gürbüz, B. (2014). Leisure Boredom Scale: the Factor Structure and the Demographic Differences. *The Turkish Journal of Sport and Exercise*, 16(2), 28-35.
- Kara, F. M., Sarol, H., Gürbüz, B. & Gürkan, R. K. (2022). Serbest Zamanda Sıkılma Algısının Mesleki Tükenmişliği ve Sosyal Medya Bağımlılığını Belirlemedeki rolü, 3rd. International Recreation and Sports Management Congress, 16-19 Mayıs 2022, ss. 320-321, Antalya.
- Kara, M. F. & Gürbüz, B. (2022). Serbest Zamanlarda Sıkılma Algısı: İnternet Bağımlılığı ve Algılanan Sosyal Yetkinlik İlişkisi. *Sportif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 9(2), 200-216.
- Karadağ, A. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik Semptomlar Arasındaki İlişki. *Bağımlılık Dergisi*, 20(3), 154-166.
- Kayış, A. (2014). *Güvenirlilik Analizi*, İçinde Şeref Kalaycı (Ed.), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, ss. 403-419, Asil Yayın, Ankara.
- Kierkegaard, S. (1987). *Either/Or*, vol 1. (çev. H. V. Hong and E. H. Hong). Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Korkmaz, S. (2021). Olumlu ve Olumsuz Dini Başa Çıkma, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Yalnızlık İlişkisi. *Tekirdağ İlahiyat Dergisi*, 7(1), 237-271.
- Kovan, A. & Ormancı, N. (2021). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyadaki Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki: COVID-19 Pandemi Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 2, 125-145.
- Köker S. (1991). *Normal ve Sorunlu Ergenlerin Yaşam Doyumu Düzeyinin Karşılaştırılması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kuss, D. J. & Griffiths, M. D. (2011). Online Social Networking and Addiction-A Review of The Psychological Literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528-3552.
- Kuss, D. J. & Griffiths, M. D. (2017). Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311.
- Leung, L. (2008). Linking Psychological Attributes to Addiction and Improper Use of the Mobile Phone among Adolescents in Hong Kong. *Journal of Children & Media*, 2(2), 93-113.
- Manavcioğlu, K. (2015). *Kurumsal İletişimde Sosyal Medya Yönetimi-Kurumsal Odaklı Bir Yaklaşım*, İstanbul, Beta Yayınları.
- Mannell, R. C. (1984). Personality in Leisure Theory: the Self-As-Entertainment Construct. *Loisir et Societe/Society and Leisure*, 7, 229-242.
- Martin, M., Sadlo, G. & Stew, G. (2006). The Phenomenon of Boredom. *Qualitative Research in Psychology*, 3, 193-211.
- Mercer, K. B. & Eastwood, J. D. (2010). Is Boredom Associated with Problem Gambling Behaviour? It Depends on What You Mean by Boredom. *International Gambling Studies*, 10, 91-104.
- O'Brien, W. (2014). Boredom. *Analysis*, 74, 236-244.
- Ryan, T., Chester, A., Reece, J. & Xenos, S. (2014). The Uses and Abuses Of Facebook: A Review of Facebook Addiction. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(3), 133-148.
- Schopenhauer, A. (2004). *On the Suffering of the World*. (Çev. R. J. Hollindale). London: Penguin Group.
- Seib, H. M. & Vodanovich, S. J. (1998). Cognitive Correlates of Boredom Proneness: the Role of Private Self-Consciousness and Absorption. *Journal of Psychology*, 132(6), 642-652.
- Sharp, E. H., Caldwell, L. L., Graham, J.W. & Ridenour, T. (2006). Individual Motivation and Parental Influence on Adolescents' Experiences of Interest in Free Time: A Longitudinal Examination. *Journal of Youth and Adolescence*, 35, 359- 372.
- Shin, D. C. & Johnson, D. M. (1978). Avowed Happiness as An Overall Assessment of Quality of Life. *Social Indicator Research*, 5(5), 475-492.
- Sommers, J. & Vodanovich, S. J. (2000). Boredom Proneness: Its Relationship to Psychological and Physical-Health Symptoms. *Journal of Clinical Psychology*, 56(1), 149-155.
- Suldo, S. M. & Huebner, E. S. (2006). Is Extremely High Life Satisfaction During Adolescence Advantageous?. *Social Indicators Research*, 78(2), 179-203.
- Svendsen, L. F. H. (2017). *Sıkıntının Felsefesi* (Çev: M. Erşen). (İkinci Baskı). Bağlam, İstanbul.
- Şahin, Y. F. & Öztoprak, Ö. (2019). Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeylerinin Benlik Saygısına Göre İncelenmesi. *İBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, Özel Sayı, 363-377.
- Şahin, C. & Yağcı, M. (2017). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu: Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(1), 523-538.
- Todman, M. (2013). The Dimensions of State Boredom: Frequency, Duration, Unpleasantness, Consequences and Causal Attributions. *Educational Research International*, 1, 32-40.
- Ural, A. & Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Detay Yayıncılık, Ankara
- Vodanovich, S. J. & Kass, S. J. (1990). A Factor Analytic Study of the Boredom Proneness Scale. *Journal of Personality Assessment*, 55(2), 115-123.
- YÖK (2023). Öğrenim Düzeyine Göre Öğrenci Sayısı. <https://istatistik.yok.gov.tr/>. 05.05.2023 tarihinde alınmıştır.
- Wyatt, S. (1950). An Autobiography. *Occupational Psychology*, 24(2), 65-74.
- Wilcock, A. A. (1998). *An Occupational Perspective of Health*. SLACK Incorporated, USA.