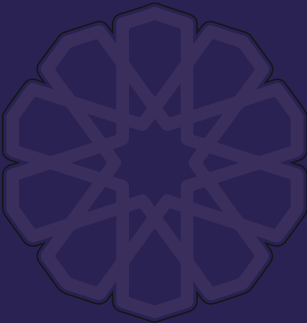
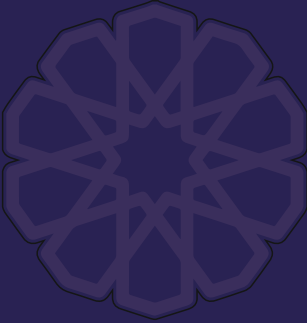
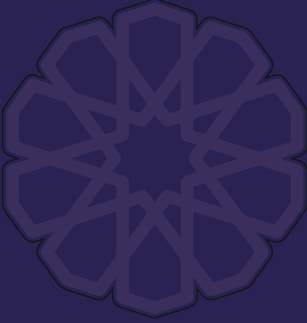


e-ISSN: 2149-1690



# TOURAJ

[www.turizmakademik.com](http://www.turizmakademik.com)

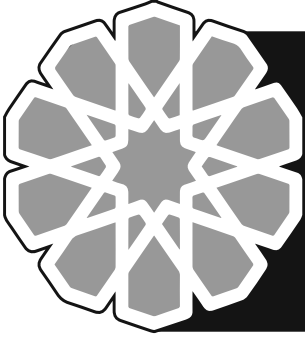


# TURİZM AKADEMİK DERGİSİ

**TOURISM ACADEMIC JOURNAL**

**CİLT 10, SAYI 2, GÜZ 2023  
VOLUME 10, ISSUE 2, FALL 2023**

e-ISSN: 2149-1690



**TOURAJ**

[www.turizmakademik.com](http://www.turizmakademik.com)

**TURİZM  
AKADEMİK  
DERGİSİ**

**TOURISM ACADEMIC JOURNAL**

**CİLT 10, SAYI 2, GÜZ 2023  
VOLUME 10, ISSUE 2, FALL 2023**

## Dergi Hakkında

### Amaç ve Kapsam

Turizm Akademik Dergisi 2000-2006 yılları arasında yayınlanmış, sonrasında akademik faaliyetlerine ara vermiş bilimsel hakemli bir dergidir. 2014 yılında derginin yeniden yayınlanmasına karar verilmiş ve akademik çalışma kabul edilmeye başlanmıştır. Dergi, turizm alanı odaklı disiplinlerarası bir dergi niteliğindedir. Turizm Akademik Dergisi'nin temel amacı; turizm disiplinine teorik ve pratik açılardan katkı sağlayacak, tarafsızlık ilkesi çerçevesinde hazırlanmış, bilim etiği ilkelerine bağlı ve çözüm odaklı çalışmaların yayımlanmasıdır. Turizm Akademik Dergisi yılda iki kez yayımlanan ve hakem denetimli bir dergidir. Dergi, turizm temel alanıyla ilgili hazırlanmış olan yazıların paylaşılabilceği geniş kapsamlı bir platform niteliğindedir.

Yayın Sıklığı	: Yılda 2 kez (Haziran, Aralık)
İnceleme Süreci	: Çift-kör hakem değerlendirmesi
Yayın Dili	: Türkçe ve İngilizce

### İmtiyaz Sahibi:

Dr. Muharrem TUNA

*Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, TÜRKİYE*

### Editör ve Yazı İşleri Müdürü:

Dr. Muharrem TUNA

*Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, TÜRKİYE*

### Editör Yardımcıları:

Dr. Murat YEŞİLTAŞ

*Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur, TÜRKİYE*

Dr. Mert GÜRLEK

*Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur, TÜRKİYE*

Dr. Pelin KANTEN

*Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale, TÜRKİYE*

### Dil Editörleri:

İngilizce Dil Editörü

Dr. Emel ADAMIŞ

*Uludağ Üniversitesi, Türkiye*

Türkçe Dil Editörü

Dr. İbrahim ÇEKİÇ

*Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Türkiye*

## Yayın Kurulu

- Dr. Akın AKSU, Akdeniz Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. Zeynep ASLAN, Nevşehir Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. Cevdet AVCIKURT, Balıkesir Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. Doğan Yaşar AYHAN, Başkent Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. Cemalettin AKTEPE, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. Şeymus BALOĞLU University of Nevada, USA  
Dr. Orhan BATMAN, Sakarya Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. İbrahim BİRKAN, Atılım Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. Celil ÇAKICI, Mersin Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. Cihan ÇOBANOĞLU, University of South Florida, USA  
Dr. Christina G. CHI, Washington State University, USA  
Dr. Tefvik DALGIÇ, University of Texas, USA  
Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER, İstanbul Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. Mithat ÜNER, Atılım Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. Mithat Zeki DİNÇER, İstanbul Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. Erdogan EKİZ, Al-Faisal University, SAUDI ARABIA  
Dr. Issam GHAZZAWI, University of La Verne, USA  
Dr. Basak Denizci GUILLET, Hong Kong Polytechnic University, HONG KONG  
Dr. Ahmet GÜRBÜZ, Karabük Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. Doğan GÜRSOY, Washington State University, USA  
Dr. Azize HASSAN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. Murat HANÇER, Oklahoma State University, USA  
Dr. Selahattin KANTEN, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. Nüzhet KAHRAMAN, İstanbul Ticaret Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. İsmail KIZILIRMAK, İstanbul Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. Nazmi KOZAK, Anadolu Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. Meryem Akoğlan KOZAK, Anadolu Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. Derman KÜÇÜKALTAN, Trakya Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. Melih MADANOĞLU, Florida Atlantic University, USA  
Dr. R. Pars ŞAHBAZ, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. Serdar ONGAN, University of South Florida, USA  
Dr. Fevzi OKUMUŞ, University of Central Florida, USA  
Dr. Marie PALLADINI, California State University, USA  
Dr. Oya Aytemiz SEYMEN, Balıkesir Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. Özkan TÜTÜNCÜ, Dokuz Eylül Üniversitesi, TÜRKİYE  
Dr. Muzaffer UYSAL, Virginia Tech University, USA  
Dr. Atilla YÜKSEL, Adnan Menderes Üniversitesi, TÜRKİYE



**Abone Bilgileri**

Turizm Akademik Dergisi yılda iki kez yayınlanmaktadır. Abone bedelleri aşağıda sunulmuştur.

Kurum: 80 TL., Akademisyen: 60 TL., Öğrenci: 40 TL.

**Sunum Kuralları**

Turizm Akademik Dergisi'ne gönderilecek çalışmaların, "yayın ilkeleri"nin incelenmesinin ardından gönderilmeleri gerekmektedir. Dergiye ait "yayın ilkeleri", basılı derginin son bölümünde ve derginin internet sitesinde yer almaktadır.

**Yayın Türü**

Sürelî Yayın

**İletişim**

Prof. Dr. Muharrem TUNA

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi 06830 Gölbaşı ANKARA

Tel: 0312 485 14 60 / 107

E-Posta: info@turizmakademik.com, Web: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/touraj>

**Dergi Tasarım**

DETAY YAYINCILIK

Adakale Sokak No: 14/4, Kızılay - Ankara

Tel: 0312 434 09 49

E-Posta: detayyay@gmail.com - Web: detayyayin.com.tr

## İÇİNDEKİLER

Yerel Halkın Sürdürülebilir Turizme Yönelik Algılarının Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Kapsamında Değerlendirilmesi: Köyceğiz Örneği (Makale Türü : Araştırma Makalesi) <i>Nur ÇELİK İLAL - Emine YILMAZ</i>	<b>163-177</b>
Kültürel Mirasın Uzamsal Boyutunda Göbeklitepe'nin Ruhunu (Makale Türü: Araştırma Makalesi) <i>Hatice GÜÇLÜ NERGİZ - Fidel TOKER - Meryem AKOĞLAN KOZAK</i>	<b>179-195</b>
Chef&B Kimdir? Gastronomide Yeni Trend Yiyecek İçecek ve Mutfak Koordinatörlüğü (Makale Türü: Araştırma Makalesi) <i>Serkan ÇALIŞKAN</i>	<b>197-211</b>
Genişletilmiş Norm Aktivasyon Teorisi ve Dini Değerler Bağlamında Dışarıda Yemek Yiyen Müşterilerin Gıda İsrafını Azaltma Davranışını Anlamak (Makale Türü: Araştırma Makalesi) <i>Kadir ÇETİN</i>	<b>213-230</b>
Sinop İli Yamaç Paraşütü Potansiyelinin Destinasyon Özellikleri ve Turizm Deneyimleri Açısından Değerlendirilmesi (Makale Türü: Araştırma Makalesi) <i>Ramazan GÜZEL - Gülizar CENGİZ</i>	<b>231-250</b>
Yerel Halk Turizmin Gelişimini Neden Destekler? Uyarıcı-Süreç-Tepki Teorisi (Makale Türü: Araştırma Makalesi) <i>Elif ŞENEL - İlker KILIÇ</i>	<b>251-264</b>
Destinasyon Planlamasında SWOT Analizi: İzmir Üzerine Sistemik Alanyazın Taraması (Makale Türü: Derleme Makalesi) <i>Hümeyra DOĞRU DAŞTAN</i>	<b>265-284</b>
Müşteri Nezaketsizliği ile Hizmet Telafi Performansı Arasındaki İlişkide Aracı ve Düzenleyici Değişkenlerin Rolü: Otel İşgörenleri Üzerinde Bir Araştırma (Makale Türü: Araştırma Makalesi) <i>Akkız IŞIK ALBAYRAK - Mert GÜRLEK</i>	<b>285-306</b>
The Cultural Heritage Impact of The Russia-Ukrainian War (Article Type : Research Article) <i>Yasemin KOÇAK BİLGİN - Eda HAZARHUN</i>	<b>307-321</b>
Dark Tourism and Natural Disasters: A Proposal For An Earthquake Memorial Museum in Kahramanmaraş (Article Type: Research Article) <i>Seyide YAPAN - Uğur ÇINGİLOĞLU</i>	<b>323-337</b>
Relationships Among Reachability, Relatedness, Competence, and Work-Related Deviant Behavior of Travel Agency Employees Working Remotely: The Role of Work Group Involvement (Article Type: Research Article) <i>Ali DALGIÇ - Derya TOKSÖZ KILIÇ</i>	<b>339-351</b>





# Turizm Akademik Dergisi

## Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



## Yerel Halkın Sürdürülebilir Turizme Yönelik Algılarının Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Kapsamında Değerlendirilmesi: Köyceğiz Örneği\*

Nur ÇELİK İLAL<sup>a</sup>, Emine YILMAZ<sup>b\*\*</sup>

<sup>a</sup> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Muğla, E-mail: nurcelik@mu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1170-4308

<sup>b</sup> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Muğla, E-mail: emineyola@mu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7310-5300

### Öz

Son zamanların en önemli kaygılarından biri haline gelmiş sürdürülebilirlik olgusu, üzerinde sıkça araştırmalar yapılan bir konudur. Ancak turizmin önemli paydaşlarından biri olan yerel halk, bu alandaki çalışmalarda daha geri planda kalmıştır. Bir yörede yürütülen turizm faaliyetinin sürdürülebilirliğine ilişkin, yöre halkının düşünceleri, Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinin gerçekleştirilmesinde büyük önem arz edecektir. Dolayısıyla bu çalışma, Köyceğiz'de yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik farkındalığını değerlendirmek ve elde edilen bulguları Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SDGs) doğrultusunda tartışmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında, Köyceğiz'de yaşayan 382 kişiden anket tekniği ile veri toplanmış ve SPSS paket program vasıtasıyla analizleri gerçekleştirilmiştir. Çalışmada yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik farkındalıklarının, sürdürülebilirliğin çevresel boyutu üzerinde odaklandığı görülmektedir. En önem verilen husus, Köyceğiz'de çevre ve doğal yaşamın korunması iken; en kaygı duyulan konu, yönetimlerin Köyceğiz'de çevrenin korunması hususundaki girişimlerinin yeterli olmaması olarak ortaya çıkmıştır. Söz konusu algılar, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri doğrultusunda tartışılarak, uygulama ve ileriki çalışmalar için önerilerde bulunulmuştur. Yavaş şehir unvanına sahip bir destinasyonda yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik algılarının ortaya konulması, bu çalışmanın literatüre olan katkısıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Farkındalık, sürdürülebilir kalkınma hedefleri, sürdürülebilir turizm, yerel halk, Köyceğiz.

## Evaluation of Local Community Perceptions on Sustainable Tourism within the Framework of Sustainable Development Goals: The Case of Köyceğiz

### Abstract

Sustainability has become one of the most significant concerns in recent times and is a subject that is extensively researched. However, one of the crucial stakeholders in tourism, the local community, has often been side lined in these studies. The opinions of the local community about the sustainability of tourism activities conducted in a region will hold significant importance in achieving Sustainable Development Goals (SDGs). Therefore, this study was conducted to assess the awareness of the local community in Köyceğiz regarding sustainable tourism and to discuss the findings in the context of Sustainable Development Goals. For this study, data was collected through survey techniques from 382 individuals residing in Köyceğiz. The results indicate that the local community's awareness of sustainable tourism predominantly focuses on its environmental dimension. The most emphasized aspect is the preservation of the environment and natural life in Köyceğiz, while the most concerning issue is the perceived inadequacy of initiatives by local authorities to safeguard the environment in Köyceğiz. These perceptions are discussed in alignment with the Sustainable Development Goals, and recommendations are provided for implementation and future studies. Revealing the perceptions of local people towards sustainable tourism in a destination with the title of slow city is the contribution of this study to the literature.

**Keywords:** Awareness, Sustainable Development Goals, sustainable tourism, local people, Köyceğiz.

JEL CODES: Q01, Q56

*Makalenin Geçmişi:*

Gönderim Tarihi : 28.08.2023

Düzeltilme : 19.09.2023

Kabul : 09.10.2023

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Çelik İlal, N., Yılmaz, E. (2023). Yerel Halkın Sürdürülebilir Turizme Yönelik Algılarının Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Kapsamında Değerlendirilmesi: Köyceğiz Örneği, Turizm Akademik Dergisi, 10 (2), 163-177.

\* Bu çalışma için Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi 5/03/2022 tarih ve 220029 protokol ve 37 sayılı karar numaralı "Etik Kurul Onayı" alınmıştır.

\*\* Sorumlu yazar e-posta: emineyola@mu.edu.tr

## GİRİŞ

Bir bölgede sürdürülebilir turizmin gelişimi için ekonomik süreklilik, sosyal eşitlik, çevresel etki, kültürel zenginlik, fiziksel bütünlük gibi birçok unsurun birbirini desteklemesi gerekmektedir (İlal Çelik, 2021). Bu unsurların yanı sıra yerel halkın sürdürülebilir turizmin gelişimine yönelik desteği ve bu alandaki farkındalığı bölgedeki sürdürülebilir turizm gelişimi açısından son derece önemlidir. Çünkü yerel halk, bir bölgede etkili sürdürülebilir turizm politikalarının oluşturulması sonucu, sürdürülebilir turizmin olumlu etkilerinden etkilenen olacak olan en önemli taraflardan biridir (Çiçek & Sarı, 2018, Presenza, Del Chiappa, & Sheehan, 2013).

Sürdürülebilir turizm tüm paydaşları kapsayan bir süreci ifade etmektedir. Bir destinasyonda sürdürülebilir turizmin gelişiminden söz edebilmek için turistler kadar o bölgede yaşayan yerel halkın da konunun farkında olması ve sürdürülebilir turizm gelişimini benimsemesi gerekmektedir. Sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin ve bu alanda yapılan çalışmaların etkili olabilmesi için, turizm destinasyonlarında yaşayan yerel halkın bu konudaki farkındalıkları ve gösterdikleri çabalar son derece önemlidir (Boley, McGehee & Hammet, 2017). Sürdürülebilir turizm, turizmin çevresel ve sosyal olumsuz etkilerinin minimum düzeye indirilmesini ve ekonomik kazançlarının özellikle yerel halk için maksimum düzeye çıkarılmasını amaçlar (Patterson, 2016: 5). Yerel halk, turizmden yeterli ekonomik kazancı sağladığında, yaşadığı bölgenin tahrip edilmediğini, gelenek göreneklerine, kültürel değerlerine sahip çıktığını gördüklerinde ve kendilerinin de bu süreçte söz sahibi olduklarını hissettiklerinde turizmi bir tehlike olarak görmekten vazgeçeceklerdir (Yılmaz, 2021).

Bu çalışmada, 2019 yılı içerisinde Türkiye'nin 16. yavaş şehir unvanına sahip olan Köyceğiz'de yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik farkındalığını belirlemek amaçlanmıştır. Literatürde yer alan çalışmalar, genellikle yerel halkın turizmin etkisine yönelik farkındalıklarını ve tutumlarını ölçmek ve değerlendirmek (Akis, Peristianis & Warner 1996; Çavuş & Tanrısevdi, 2003; Mbaiwa & Stronza, 2011; Brida, Osti & Faccioli, 2011; Látková & Vogt, 2012; Çalışkan & Özer, 2014, Almeida, Balbuena & Cortes, 2015; Toprak, 2015; Almeida-García, Pelaez-Fernandez, Balbuena-Vazquez & Cortés-Macias, 2016; Öztürk, 2022; Gök & İnce, 2023) amacıyla gerçekleştirilmiştir. Yerel halk turizm ilişkisi literatürde geniş bir yer almıştır. Literatürde sürdürülebilir turizme yönelik çalışmalar ise (Cottrell, Van der Duim, Ankersmid, & Kelder, 2004; Çuhadar & Kervankıran, 2015; Nafi & Ahmed, 2017; Mohaidin, Wei, & Murshid, 2017; Doğan & Yağmur, 2017; Bahar & Çelik İlal, 2019; Krause, 2020; Frías-Jamilena, Fernández-Ru-

ano & Polo-Peña, 2022) daha çok ziyaretçilerin sürdürülebilir turizme yönelik farkındalığını ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Literatürde yerel halkın yavaş şehirlere yönelik farkındalığını ve algısını ortaya koyan çalışmalar da yer almaktadır (Andarabi, 2012; Andarabi, Altunöz & Hassan, 2014; Çakıcı, Yenipınar & Benli, 2014; Acar, 2017; Başarangel & Ulaş, 2017; Numanoğlu & Güçer, 2018; Akman, Akman & Karakuş, 2018; Uslu & Avcı, 2020; Garda, 2022). Yavaş şehir unvanına sahip bir destinasyonda yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik algılarının ortaya konulması bu çalışmayı diğer çalışmalardan ayırmaktadır.

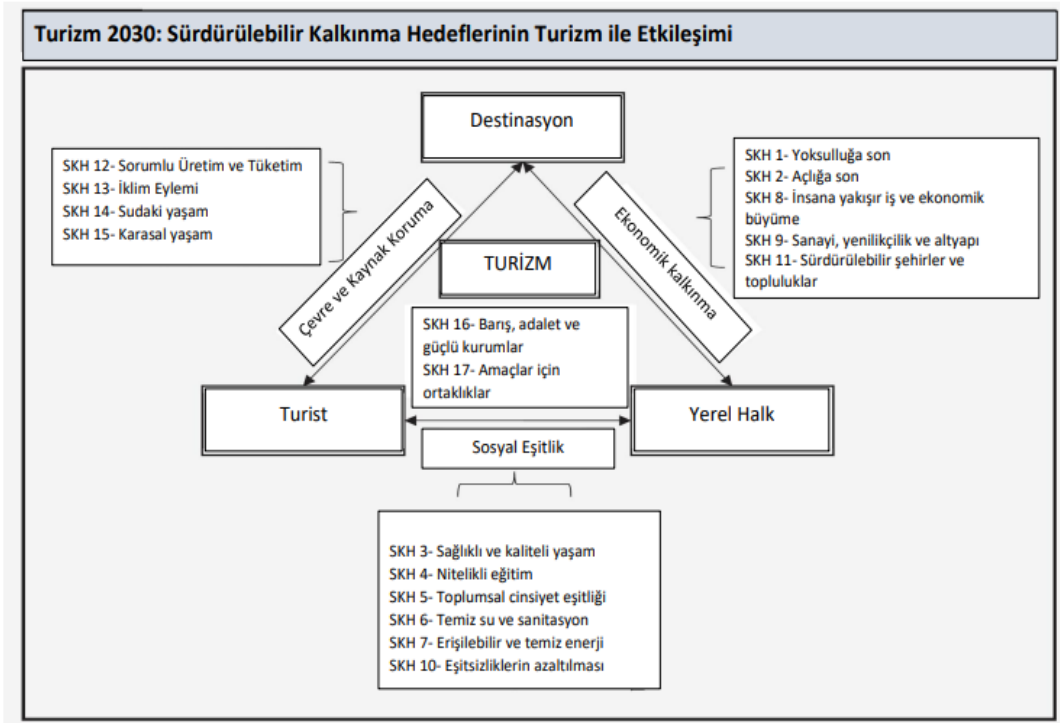
Yavaş şehir kavramı, yavaş yaşam felsefesinden yola çıkarak doğal çevrenin korunması, kültürel yozlaşmanın önüne geçilmesi, yaşam kalitesini yükseltmek, doğal ve kültürel değerleri korumak, gelecek nesillere daha yaşanılabilir bir ortam yaratmak amacıyla ortaya çıkmıştır (Uslu & Avcı, 2020:118). Sürdürülebilir turizm kavramı da yavaş şehir hareketi ile benzer amaçları taşımaktadır. Sürdürülebilir turizm ve yerel halkın birlikte ele alındığı çalışmalara literatürde yer verilmiştir. Yapılan çalışmaların, sürdürülebilir turizmi destekler özelliklere sahip yavaş şehirlerden ziyade, daha çok ön plana çıkan, bilinirliği yüksek destinasyonlarda veya yavaş şehir unvanına sahip olmayan destinasyonlarda gerçekleştirilmesi (Choi & Sırakaya, 2005; Duran, 2013; Biçici, 2013; Dağlı, 2018; Güneş, Alagöz & Uslu, 2020; Koçoğlu, Saraç & Batman, 2020) bu çalışmayı benzer çalışmalardan farklılaştırmaktadır. Bu çalışmada, "yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik farkındalıkları var mıdır?", "yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik farkındalıkları, sürdürülebilir kalkınma hedeflerinden hangileri üzerinde etkilidir?" sorularının yanıtları araştırılmaya çalışılmıştır. Bu açıdan çalışmanın literatüre ve bu alanda çalışacak akademisyenlere, politika yapıcılara ve planlayıcılara yönelik faydalı olacağı düşünülmektedir.

## İLGİLİ LİTERATÜR

### Sürdürülebilir Turizm ve Yerel Halk Algısı

Literatür incelendiğinde yerel halkın turizme yönelik algı, tutum ve farkındalıklarını açıklamaya çalışan farklı kuramlar bulunmaktadır. Sosyal Değişim Kuramı (Çalışkan & Özer, 2022; Nunkoo, Smith & Ramkissoon; Teye, Sırakaya & Sönmez, 2002), Paydaş Kuramı (Garcia, Gomez & Molina, 2012), Turizm Yaşam Eğrisi Modeli (Butler, 1980), Topluluğa Bağlılık Modeli (McCool & Martin, 1994), Doxey'in Rahatsızlık İndeksi Modeli (Çavuş & Tanrısevdi, 2013; Filiz & Yılmaz, 2017) bu kuramlardan öne çıkanlar arasında yer almaktadır. Sosyal Değişim Kuramında yerel halk, turizmden fayda sağladığı oranda turizme destek verirken, turizmin negatif çevresel, kültürel ve sosyal etkilerini hissettikçe destek vermemektedir (Çiçek & Sarı, 2018).

### Şekil 1. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ve Turizm ile Etkileşimleri



**Kaynak:** Buhalis ve ark. (2023): 294

Sürdürülebilir turizm ekonomik, sosyal, çevresel ve kültürel boyutları ile ele alınan, gelecek nesillere daha yaşanabilir bir destinasyon bırakma amacı güden ve yerli odağına alan bir olgudur. Sürdürülebilir turizm ve yerel halk konusu son zamanlarda literatürde öne çıkan ve araştırmacılar tarafından irdelenen bir konu olmuştur. Yerel halkın turizme yönelik tutumları, turizmin gelişimini ve sürdürülebilirliğini etkilediği gibi turizm üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (García, Fernandez & Vazquez, Macias, 2016). Çünkü turizmin olumlu ve olumsuz etkilerinden ilk olarak, o bölgede yaşayan yerel halkın etkilendiği düşünülmektedir. Turizmin gelir ve istihdam alanları yaratması (Bahar & Kozak, 2015; Ünlüöner, Tayfun & Kılıçlar, 2015; Andereck & Nyapanne, 2011), yerel halkın yaşam kalitesi üzerindeki olumlu etkileri (Alaeddinoğlu & Tekin, 2020; Suntikul ve ark., 2016; Eser, Çelik & Yıldız, 2018), çarpan etkisi yaratması (Eadington & Redman, 1991) pozitif yönde yerel halkı etkilerken, olumsuz ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri yine yerel halk üzerinde baskı oluşturmaktadır. Şöyle ki turizmin mevsimsellik özelliğinden dolayı zaman zaman altyapının yetersiz kalması bölgede yaşayan yerel halk için enerji, su, park yeri, trafik sıkışıklığı gibi olumsuz etkilere neden olabilmektedir. Sürdürülebilir turizm konusunun özellikle 1970'li yıllarda (Ekiztepe, 2016) yaşanan çevresel baskılar, yerel halktan kopuk alınan kararlar ve kitle turizmi ile birlikte turizmin olumsuz etkilerinin şiddetli olarak

hissedildiği yıllarda ön plana çıkması tesadüf değildir.

Turizmin olumsuz etkilerine maruz kalan yerel halkın, turistler ile sürtüşmeye kadar gidecek bir ilişim içerisinde olması da kaçınılmazdır. Yerel halkın turistlere yönelik olumsuz tutumları, turistlerin o bölgeyi tekrar ziyaret etmemelerine etki edebilir. Benzer şekilde olumlu tutumları da turizmin gelişimini destekleyebilir (Yoon, Gürsoy & Chen, 1999). Yapılan çalışmalar daha çok yerel halkın sürdürülebilir turizmin gelişimine yönelik tutumlarını ortaya koymaktadır (Koçoğlu ve ark., 2020; Güneş ve ark., 2020; Andereck & Vogt, 2000; Çınarlı & Ay, 2018; García, Fernandez & Vazquez, Macias, 2016; Duran, 2013). Bu çalışmalardan birinde uygulama alanı olarak seçilen Safranbolu'nun, yavaş şehir unvanına sahip destinasyonlardan biri olmamakla beraber, sahip olduğu arz kaynakları ile sürdürülebilir turizmin en iyi şekilde temsil edildiği destinasyon olduğu ifade edilmektedir (Koçoğlu ve ark., 2020).

#### Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri

İlk olarak 2000 yılında, Birleşmiş Milletler bünyesindeki 189 üye ülke tarafından oluşturulan Milenyum Kalkınma Hedefleri, yıllarca üzerinde çalışılıp geliştirilerek, 2015 yılında Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH) olarak ortaya çıkmıştır (Buhalis ve ark., 2023). Son yıllarda atılan her adım, Sürdürülebilir Kalkınma



Hedeflerinin en az birini karşılaması doğrultusunda hareket edilmesi yönündedir. Şekil 1'de Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine ve bunların turizm ile etkileşimine detaylı olarak yer verilmiştir.

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri doğrultusunda turizmin üç ayağı bulunmaktadır ve bunlar turist, yerel halk ve destinasyondur. Toplamda 17 sürdürülebilir kalkınma hedefinin iki tanesi, bu üç ayağın odağında, hepsinin alanı dahilinde olan hedeflerdir. Bunlar, barış, adalet ve güçlü kurumlar (SKH 16) ve amaçlar için ortaklıklardır (SKH 17). Turizmin ilk ayağı olan turist ve destinasyon arasındaki etkileşimler, genel olarak çevre ve kaynak koruma odağında olup, bu kapsama ait dört adet hedef yer almaktadır. Bunlar; sorumlu üretim ve tüketim (SKH 12), iklim eylemi (SKH 13), sudaki yaşam (SKH 14) ve karasal yaşam (SKH 15) hedefleridir. Ardından yerel halk ve destinasyon ayakları arasındaki etkileşim ekonomik kalkınmayı beraberinde getirmektedir. Bu kapsamda beş adet hedef ortaya çıkmıştır. Bunlar yoksulluğa son (SKH 1), açlığa son (SKH 2), insana yakışır iş ve ekonomik büyüme (SKH 8), sanayi, yenilikçilik ve altyapı (SKH 9) ve sürdürülebilir şehirler ve topluluklar (SKH 11) olarak görülmektedir. Son olarak da yerel halk ve turist arasındaki etkileşimle sosyal eşitlik ilkesi ortaya çıkmış ve bu ilke doğrultusunda altı adet sürdürülebilir kalkınma hedefi amaçlanmıştır. Bunlar, sağlıklı ve kaliteli yaşam (SKH 3), nitelikli eğitim (SKH 4), toplumsal cinsiyet eşitliği (SKH 5), temiz su ve sanitasyon (SKH 6), erişilebilir ve temiz enerji (SKH 7) ve eşitsizliklerin azaltılması (SKH 10) olarak ortaya çıkmıştır.

Bir destinasyonda turizm sektörünün sürdürülebilirliğinden, daha doğrusu sürdürülebilir turizmden bahsedebilmek için, turizmin her bir paydaşının, attığı her adımda sürdürülebilirlik hedeflerini odağına alarak hareket etmesi gerekmektedir. Dolayısıyla, bu çalışmanın odağındaki paydaş grubu olan yerel halkın, sürdürülebilir turizm farkındalıklarının, söz konusu sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle ne derecede uyumlu olduğu önem arz etmektedir.

## YÖNTEM

### Çalışma Alanı

Araştırma, Muğla ili, Köyceğiz ilçesinde gerçekleştirilmiştir. Geleneksel yaşam biçiminin korunduğu, yerel kimliğin ve yerel ürünlerin ön plana çıkarıldığı, yerel üretimin, çevreye özgü değerlerin, kültür ve geleneklerin sürekliliğinin sağlandığı yavaş şehir hareketine katılan Köyceğiz, Türkiye'nin 16. Sakin şehri olarak 2019 yılında üyelik sertifikasına sahip olmuştur (Cit-taslow Türkiye, 2023).

Köyceğiz İlçesi, Ege Bölgesi, Muğla İli sınırları içindeki 13 ilçeden biridir. Köyceğiz, Kaunos, Anadolu

Selçukluları, Menteşeoğulları ve Osmanlılar devrinde Yüksekkuşum adıyla anılmış ve daha sonra Köyceğiz olarak anılmaya başlanmıştır. Dünyadaki yedi ayaklı gölden biri olarak bilinen Köyceğiz gölü, Dalyan kanalıyla Akdenize bağlantısı olan bir göldür (Karaağaç, 2006). Köyceğiz tarihsel zenginliği, kaplıcaları, yaylaları ve doğal güzellikleri ile önemli bir turizm arzına sahiptir. Yereli desteklemek ve sürdürülebilir turizm farkındalığını ortaya koymak adına, ilçede yerel üretici pazarı, sürdürülebilir turizm eğitimleri gibi birtakım etkinlikler yapılmaktadır. Dolayısıyla, Köyceğiz'in yavaş şehirlerden biri olması ve sürdürülebilir turizmi odağına alan Gelecek Turizmde projesi kapsamında desteklenen projelerden birine (Köyceğiz Aromatik Bitkiler Evi Projesi) ev sahipliği yapması, yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik farkındalıklarının belirlenmesi açısından Köyceğiz'in uygun bir alan olacağını gösterebilir. Aynı zamanda bu çalışmanın yerel yönetimlere ve politika uygulayıcılara da bir takım pratik bilgiler sunması muhtemeldir.

### Veri Toplama ve Verilerin Analizi

Köyceğiz'de yaşayan yerel halk çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. İlçenin nüfusu 2022 yılı adrese dayalı nüfus kayıt işlemi sonuçlarına göre, 38.425'dir. (Türkiye İstatistik Kurumu, 2022). Köyceğiz nüfusunun 38.425 kişi olduğu evren olarak kabul edildiğinde, en az 381 (Gürbüz & Şahin, 2016:132) anketin evreni temsil etmesi beklenmektedir. Evrenin tümüne ulaşmak hem maliyetli hem de imkânsız olduğundan (Balci, 1997) kolayda örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Araştırma kapsamında, anket formu kullanılarak, veriler toplanmıştır. Çalışma kapsamında anket uygulamasına geçilmeden önce, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından 5/03/2022 tarih ve 220029 protokol ve 37 sayılı karar numaralı "Etik Kurul Onayı" alınmıştır. Soru formu oluşturulurken Choi & Sırakaya (2005) ve Nafi & Ahmed (2017)'in çalışmalarından yararlanılmıştır. Söz konusu ölçeklerden Choi & Sırakaya (2005)'nin ölçek geçerlik ve güvenilirlik çalışması daha önce başka bir araştırma kapsamında Arslan Ayazlar (2017) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bazı ifadeler, Köyceğiz özelinde düzenlenmiştir. Anket formunda iki bölüm yer almaktadır. İlk bölümde, sürdürülebilir turizm farkındalığını ölçmeye yarayacak 27 ifade, ikinci bölümde 5 adet demografik soru yer almaktadır. İlk bölümde yer alan 27 soruyu katılımcıların 5'li Likert ölçeği (1: Kesinlikle katılmıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum) üzerinden cevaplandırması sağlanmıştır.

Veriler araştırmacılar tarafından bizzat yerel halk ile yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Ancak toplanan 53 anket genç katılımcıların talebi üzerine Google soru formu üzerinden düzenlenerek, ankete katılmak isteyen

kişilere gönderilmiştir. Pilot çalışma için veriler 15-30 Mart 2022 tarihi arasında toplanmış, elde edilen 30 anket üzerinden pilot çalışma yapılmış ve basit düzenlemelerle anket nihai haline getirilmiştir. Toplam 391 anket Nisan 2022-Ocak 2023 tarihleri arasında toplanmıştır. Anketlerin bir kısmının yarıda bırakılması ve demografik sorulara cevap verilmemesi gibi nedenlerle 384 anket çalışmaya dahil edilmiştir. Elde edilen veriler, SPSS istatistik programı yardımıyla analiz edilmiştir. Bu kapsamda, uç değer analizi için Mahalanobis uzaklıkları ile kare dağılımlarından faydalanılmış, sonuç olarak 71 ve 75 numaralı anketlerin değerleri eşik değer olan ,001 (Tabachnick & Fidell, 2007) değerinden küçük olduğundan bu anketler hesaplamaların dışında bırakılmış ve analizlere 382 anket formu ile devam edilmiştir.

Veriler üzerinde uç değer, normallik testleri yapıldıktan sonra, ölçek güvenilirlik analizine tabi tutulmuştur. Ölçeğin güvenilirliğini test etmek için, ölçmede kullanılan testlerin, anketlerin ya da ölçeklerin özelliklerini ve güvenilirliklerini değerlendirmek amacıyla geliştirilmiş bir yöntem olan güvenilirlik analizi uygulanmış ve Cronbach's Alpha modeli kullanılmıştır. Bu analiz neticesinde, araştırma ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,751 olarak ortaya çıkmış ve bu durum ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermiştir (Yıldız & Uzunsakal, 2018:19). Ardından yerel halkın sürdürülebilirlik algısını ölçen birinci bölüme, frekans analizi uygulanmış ve yerel halkın farkındalık düzeyi ölçülmeye çalışılmıştır. Son olarak elde edilen bulgular, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri doğrultusunda tartışılmıştır.

## BULGULAR

### Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Tablo 1, farkındalıkları ölçülmüş olan katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin birtakım bulguları

İçermektedir. Tablo 1'de, katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve aslen Köyceğizli olup olmadıklarına ilişkin demografik bilgilerinin dağılımları verilmiştir. Bunun temel amacı, yanıtların alındığı örneklem hakkında genel bir fikir sahibi olmaktır. Bu bağlamda, katılımcıların ağırlıklı olarak (n=237) kadın olduğu görülmektedir. Bunun yanında, katılımcıların %70'e yakını en az ön lisans derecesinde bir eğitime sahiptir. Katılımcıların yaşları 26-55 yaş arasında değişiklik göstermektedir. Son olarak katılımcıların %40'ından fazlasının Köyceğizli olmadığı dikkat çekmektedir.

### Katılımcıların Sürdürülebilir Turizm Farkındalıklarına İlişkin Frekans Analizi Bulguları

Köyceğiz'deki yerel halkın yöredeki sürdürülebilir turizm farkındalıklarına ilişkin görüşlerini ölçebilmek amacıyla, sürdürülebilir turizm ölçeğine vermiş oldukları yanıtlara frekans analizi uygulanmıştır. Tablo 2'de bu analize ilişkin bulgular sunulmaktadır:

Yukarıda Tablo 2'de, yerel halkın Köyceğiz özelinde sürdürülebilir turizm farkındalıklarını ölçen ifadelerin tanımlayıcı analiz bulgularına yer verilmiştir. Bu bağlamda, en yüksek ilk ikişer ifadelerin ortalamaları sırasıyla "Köyceğiz'in sahip olduğu bitki örtüsü ve hayvan varlığını korumak önemlidir." ( $\bar{x}=4,55$ ) ve "Çevrenin korunması, Köyceğiz için hassas bir konudur." ( $\bar{x}=4,53$ ) olarak ortaya çıkmıştır. Bunun yanında, en düşük ortalamalar ise, "Köyceğiz'de yer alan turizm bürosu çevresel konularla ilgili çalışmalar yürütmektedir." ( $\bar{x}=1,81$ ) ve "Mevcut girişimler, Köyceğiz'i korumak için yeterlidir." ( $\bar{x}=2,26$ ) ifadeleri olarak ölçülmüştür.

### Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine İlişkin Bulgular

Yerel halkın sürdürülebilir turizme ilişkin algılarını araştırmaya yönelik gerçekleştirilen bu araştırmanın,

**Tablo 1. Örneklem Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular**

Cinsiyet	Sayı (n)	Yüzde (%)	Aslen Köyceğizli misiniz?	Sayı (n)	Yüzde (%)
Kadın	237	62,0	Evet	224	58,6
Erkek	145	38,0	Hayır	158	41,4
Toplam	382	100,0	Toplam		100,0
Eğitim	Sayı (n)	Yüzde (%)	Yaş	Sayı (n)	Yüzde (%)
İlköğretim	32	8,4	18-25 yaş	35	9,2
Lise ve Dengi	85	22,3	26-35 yaş	83	21,7
Ön lisans- Lisans	42	11,0	36-45 yaş	138	36,1
Yüksek Lisans	210	55,0	46-55 yaş	69	18,1
Doktora	13	3,4	56-65 yaş	48	12,6
Toplam	382	100,0	66 yaş ve üzeri	9	2,4
			Toplam	382	100,0



ölçek ifadelerinin hangi sürdürülebilir kalkınma hedefiyle ilişkili olduğu Tablo 3'de yer almaktadır. Tablo 3'e göre, her bir ölçek ifadesinin en az bir sürdürülebilir kalkınma hedefiyle ilişkili olduğu görülmektedir.

Bunların arasından en fazla ifadeye karşılık gelen iki sürdürülebilir kalkınma hedefi, *insana yakışır iş ve ekonomik büyüme* (SKH 8) ve *amaçlar için ortaklıklar* (SKH 17) olarak ortaya çıkmıştır. Diğer hedeflerin de ifadeler arasında homojen şekilde dağıldığı söylenebilir.

**Tablo 2.** Katılımcıların Sürdürülebilir Turizm Farkındalıklarına İlişkin Frekans Analizi Bulguları

	n	Ortalama	Standart Sapma	Medyan	Mod
Yerel halk, turizmle ilgili bir işte çalışarak yeterince para kazanır.	382	3,02	1,25	3,00	3,00
Turizm sektörü yerel halk için ekonomik fayda sağlamaktadır.	382	3,61	1,22	3,00	3,00
Turizm, Köyceğiz'in yerel ürünlerine (bal, sığıla yağı vb.) yeni pazar imkânı sağlamaktadır.	382	4,05	0,94	4,00	4,00
Yerel halk arasında, her geçen gün girişimcilik daha da artmaktadır.	382	2,84	1,18	3,00	4,00
Köyceğiz'in sezonluk karakterinden dolayı, turizm ile ilgili işlerin çoğu da sezonluktur.	382	3,73	1,20	4,00	4,00
Turizmin gelişimiyle, yerel halk iş sahibi olur.	382	3,74	1,09	4,00	4,00
Turizm sayesinde, yerel halkın yaşam tarzında olumlu değişimler olmaktadır.	382	3,31	1,15	3,00	4,00
Turizm, kadınlara iş imkânı sağlar.	382	3,89	1,04	4,00	4,00
Köyceğiz'de güvenlik yeterli düzeydedir.	382	3,96	1,00	4,00	4,00
Köyceğiz'de turistler için yeterli bilgilendirme levhaları vardır.	382	2,41	1,11	2,00	2,00
Turizm planlama sürecinde tüm paydaşlar (yerel yönetim, yerel halk, tur operatörleri, vs.) bir araya gelmektedir.	382	2,68	1,06	3,00	2,00
Köyceğiz'de yönetimle ilgili birçok pozisyonda yerel halk görevlidir.	382	2,80	1,09	3,00	3,00
Turizm yerel halkın yaşam standardını artırır.	382	3,49	1,11	4,00	4,00
Turistler ve yerel halk arasındaki kültürel etkileşim yerel halk için değerlidir.	382	3,92	0,92	4,00	4,00
Köyceğiz'e gelen ziyaretçiler yerel kültüre saygılı davranmaktadır.	382	3,28	1,18	4,00	4,00
Çevrenin korunması, Köyceğiz için hassas bir konudur.	382	4,53	0,77	5,00	5,00
Yerel halk, ekolojik denge konusunda yeterince hassastır.	382	3,03	1,18	3,00	4,00
Köyceğiz'de turizm gelişimi çevre korumasını hesaba katar.	382	3,01	1,16	3,00	2,00
Köyceğiz'in sahip olduğu bitki örtüsü ve hayvan varlığını korumak önemlidir.	382	4,55	0,70	5,00	5,00
Mevcut girişimler, Köyceğiz'i korumak için yeterlidir.	382	2,26	1,10	2,00	1,00
Köyceğiz'in özel koruma bölgesi olduğu ve yasalarla korunduğu hakkında bilgi sahibiyim.	382	3,62	1,19	4,00	4,00
Köyceğiz'de turizm işletmeleri, çevresel pratiklerle (atık yönetimi, geri dönüşüm, vs.) ilgilidir.	382	2,59	1,01	3,00	2,00
Turistik aktiviteler çevre kirliliğine yol açmaktadır.	382	3,83	1,13	4,00	5,00
Yerel halk Köyceğiz'in yavaş şehir olduğu hakkında bilgi sahibidir.	382	3,39	1,14	4,00	4,00
Yerel halk sürdürülebilir turizm konusunda bilgi sahibidir.	382	2,80	1,06	3,00	2,00
Köyceğiz'in yavaş şehir olmasından memnunuz.	382	3,69	1,27	4,00	4,00
Köyceğiz'de yer alan turizm bürosu çevresel konularla ilgili çalışmalar yürütmektedir.	382	1,81	0,95	2,00	1,00

**Tablo 3.** Ölçek İfadelerinin Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Kapsamında Dağılımı

	İlgili SKH
Yerel halk, turizmle ilgili bir işte çalışarak yeterince para kazanır.	1,2,8
Turizm sektörü yerel halk için ekonomik fayda sağlamaktadır.	1,2,8
Turizm, Köyceğiz'in yerel ürünlerine (bal, sığla yağı vb.) yeni pazar imkânı sağlamaktadır.	8,9
Yerel halk arasında, her geçen gün girişimcilik daha da artmaktadır.	8,9
Köyceğiz'in sezonluk karakterinden dolayı, turizm ile ilgili işlerin çoğu da sezonluktur.	8,11
Turizmin gelişimiyle, yerel halk iş sahibi olur.	1,2,8,10,11
Turizm sayesinde, yerel halkın yaşam tarzında olumlu değişimler olmaktadır.	3
Turizm, kadınlara iş imkânı sağlar.	5,8,10
Köyceğiz'de güvenlik yeterli düzeydedir.	3
Köyceğiz'de turistler için yeterli bilgilendirme levhaları vardır.	4,17
Turizm planlama sürecinde tüm paydaşlar (yerel yönetim, yerel halk, tur operatörleri, vs.) bir araya gelmektedir.	11,17
Köyceğiz'de yönetimle ilgili birçok pozisyonda yerel halk görevlidir.	17
Turizm yerel halkın yaşam standardını artırır.	3,10
Turistler ve yerel halk arasındaki kültürel etkileşim yerel halk için değerlidir.	16,17
Köyceğiz'e gelen ziyaretçiler yerel kültüre saygılı davranmaktadır.	16,17
Çevrenin korunması, Köyceğiz için hassas bir konudur.	6,7,12
Yerel halk, ekolojik denge konusunda yeterince hassastır.	6,12,13,14,15
Köyceğiz'de turizm gelişimi çevre korumasını hesaba katar.	12,13,14,15
Köyceğiz'in sahip olduğu bitki örtüsü ve hayvan varlığını korumak önemlidir.	12,13,14,15
Mevcut girişimler, Köyceğiz'i korumak için yeterlidir.	17
Köyceğiz'in özel koruma bölgesi olduğu ve yasalarla korunduğu hakkında bilgi sahibiyim.	4
Köyceğiz'de turizm işletmeleri, çevresel pratiklerle (atık yönetimi, geri dönüşüm, vs.) ilgilidir.	6,7,12
Turistik aktiviteler çevre kirliliğine yol açmaktadır.	11
Yerel halk Köyceğiz'in yavaş şehir olduğu hakkında bilgi sahibidir.	4
Yerel halk sürdürülebilir turizm konusunda bilgi sahibidir.	4,11
Köyceğiz'in yavaş şehir olmasından memnunum.	11
Köyceğiz'de yer alan turizm bürosu çevresel konularla ilgili çalışmalar yürütmektedir.	17

Yerel halkın sürdürülebilir turizme ilişkin farkındalıklarına yönelik en yüksek çıkan ifadeler ile söz konusu ifadelerin sürdürülebilir kalkınma hedefleri kapsamında incelenmesi amacıyla aşağıda Tablo 4'e yer verilmiştir.

Tablo 4'te, Köyceğiz'de yerel halkın farkındalık düzeylerinin en yüksek çıktığı ifadeler ve bunların ilgili olduğu sürdürülebilir kalkınma hedefleri yer almaktadır. Bu bağlamda, yerel halkın farkındalığının öncelikli olarak çevresel sürdürülebilirlik üzerinde olduğu görülmektedir. Ortalaması 4,50 üzerindeki iki ifadenin ilgili olduğu sürdürülebilir kalkınma hedefleri; temiz su ve sanitasyon (SKH 6), erişilebilir ve temiz enerji (SKH 7), sorumlu üretim ve tüketim (SKH 12), iklim eylemi (SKH 13), sudaki yaşam (SKH 14) ve karasal yaşam (SKH 15) hedefleridir. Öte yandan,

sürdürülebilir kalkınma hedefleri (bkz. Şekil 1) ve turizm ile etkileşimlerine göre, üç ayağın yerel halk aktörünün öncelikli olarak ekonomik kalkınma ve sosyal eşitlik temelli hedeflerle ilişkili görünmesi, bu araştırmanın söz konusu bulgularında farklılık yaratmıştır. Yine de çevresel endişeleri takiben, insana yakışır iş ve ekonomik büyüme (SKH 8), sanayi, yenilikçilik ve altyapı (SKH 9) hedeflerinin de yüksek farkındalık alanında olduğu görülmektedir.

Yerel halkın sürdürülebilir turizme ilişkin farkındalıklarına yönelik en düşük çıkan ifadeler ile söz konusu ifadelerin sürdürülebilir kalkınma hedefleri kapsamında incelenmesi amacıyla aşağıda Tablo 5'e yer verilmiştir.

**Tablo 4.** Yerel Halkın Yüksek Sürdürülebilirlik Farkındalıkları ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri

	n	Ortalama	Farkındalık Düzeyi	İlgili SKH
Köyceğiz'in sahip olduğu bitki örtüsü ve hayvan varlığını korumak önemlidir.	382	4,55	↑	12,13,14,15
Çevrenin korunması, Köyceğiz için hassas bir konudur.	382	4,53	↑	6,7,12
Turizm, Köyceğiz'in yerel ürünlerine (bal, sığıla yağı vb.) yeni pazar imkânı sağlamaktadır.	382	4,05	↑	8,9

Yukarıda Tablo 5'te, Köyceğiz'de yerel halkın farkındalık düzeylerinin en düşük çıktığı ifadeler ve bunların ilgili olduğu sürdürülebilir kalkınma hedefleri incelendiğinde en dikkat çekici konunun, yerel halkın olumsuz baktığı ifadelerin ortak paydası olan hedefin, *amaçlar için ortaklıklar* (SKH 17) olduğu görülmektedir.

**Tablo 5.** Yerel Halkın Düşük Sürdürülebilirlik Farkındalıkları ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri

	n	Ortalama	Farkındalık Düzeyi	İlgili SKH
Köyceğiz'de yer alan turizm bürosu çevresel konularla ilgili çalışmalar yürütmektedir.	382	1,81	↓	17
Mevcut girişimler, Köyceğiz'i korumak için yeterlidir.	382	2,26	↓	17
Köyceğiz'de turistler için yeterli bilgilendirme levhaları vardır.	382	2,41	↓	4,17

### Sonuç ve Öneriler

Turizm faaliyeti söz konusu olduğunda akla ilk gelen paydaşlar turistler, turizm işletmecileri, yöneticileri ve çalışanları olmasına rağmen, sürdürülebilir turizmin gelişmesinde sadece ziyaretçi tarafı değil yerel halkın da konuya olan farkındalığı son derece önemlidir. Çünkü sosyolojik açıdan bakıldığında; turizm etkileşiminin başlıca aktörlerinden birisi yerel halktır ve yerel halkın benimsemediği ve kabul etmediği bir ortamda turizm faaliyetinin varlığından, desteklemediği bir ortamda ise sürdürülebilirliğinden bahsedilemeyecektir. Bu sebeple, yerel halkın farkındalık düzeylerinin belirlenmesi, yerel halkın yanlış algılarının düzeltilmesi ve yapılacaklar konusunda bir yön vermesi bakımından bir önem arz etmektedir. Bu kapsamda bu çalışma, yerel halkın Köyceğiz'de turizmin sürdürülebilirliğine

ilişkin farkındalıklarının tespiti ve bunların sürdürülebilir kalkınma hedefleri kapsamında değerlendirilmesini amaçlamıştır.

Yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik farkındalıklarının belirlenmesi, turizmde gelişim gösteren her destinasyon için bir fırsat veya tam tersine tehdit olarak görülebilir. Çünkü yerel halk için turizmin hem olumlu hem de olumsuz etkilerinden söz edilebilir. Olumsuz etkilerinden dolayı turizm yerel halk için sürtüşmeye neden olabilir. Bu noktada sürdürülebilir turizm anlayışı turizmin olumsuz etkilerini minimum düzeye indirmek ve olumlu etkilerini maksimum düzeye çıkarmak için ortaya konulmuş bir olgudur. Dolayısıyla, yerel halkın bu konudaki farkındalıklarının belirlenmesi sürdürülebilir turizm açısından oldukça önemlidir. Tehditlerin fırsata çevrilmesi veya fırsatlara

rın daha sağlıklı bir şekilde değerlendirilmesi üzerine adımlar atılması ancak yerel halkın konuya bakışının öğrenilmesiyle ortaya çıkacaktır. Bu kapsamda, bu çalışmanın uygulamaya olan katkısı, literatüre olan katkısı ile kıyaslayınca daha önemli sonuçlar doğurmaktadır.

Bu bağlamda çalışma kapsamında, yerel halkın sürdürülebilirlikle ilgili farkındalığının en yüksek olduğu konunun çevresel sürdürülebilirlik olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, Koçoğlu ve ark. (2020) tarafından yapılmış çalışma sonuçları ile de benzerlik göstermektedir. Şöyle ki Koçoğlu ve ark. (2020) tarafından yapılan çalışmada, yerel halkın, sürdürülebilir turizmin gelişimine yönelik tutumları bir önem sırasına konmuştur. Önem sırasında ilk sırada çevresel sürdürülebilirlik yer almıştır. Çevresel sürdürülebilirlik, yerel halkın yaşadıkları çevrenin tahrip edilmeden korunması ve gelecek nesillere aktarılması noktasında üzerinde durulan bir konudur. Hem çevrenin korunması hem de Köyceğiz'in sahip olduğu bitki örtüsü ve hayvan varlığının korunmasına yönelik yerel halkın farkındalık düzeyinin yüksek olması Köyceğiz'de sürdürülebilir turizmin geliştirilmesi sürecinde yerel halkın da söz sahibi olması noktasında kritik bir konudur. Yerel halk sürdürülebilir gelişim sürecine dahil edilirse, bölgenin uzun yıllar sakin şehir unvanını kaybetmeden koruyabilmesi muhtemeldir. Bu durum halkın çevresel endişeleri en üst düzeyde tutmaya çalıştığını ve bu anlamda bir şeyler yapmayı ve yapılmasını istedikleri şeklinde yorumlanabilir. Almeida-García ve ark. (2016) de yapmış oldukları çalışmada, turizmle ilgili kararlara bölge sakinlerinin dahil edilmesinin faydalı olacağını vurgulamışlardır.

Yerel halkın farkındalığının düşük olduğu konuların başında, Köyceğiz'de yer alan turizm bürosunun çevresel konularla ilgili çalışmalar yürütmesi ifadesi yer almaktadır. Yerel halkın Köyceğiz'deki mevcut turizm bürosunun varlığından bile haberdar olmadığı ankete katılan katılımcılar tarafından ortaya konmuştur. Aynı şekilde bilgilendirme levhalarına olan farkındalığın da düşük çıktığı tespit edilmiştir. Çınarlı & Ay tarafından 2018 yılında yapılan çalışmada, Sille'de bir turizm bürosunun açılması ve ziyaret edilecek yerler hakkında bilgilendirici çalışmalar yapılması önerilmiştir. Köyceğiz özelinde ise bu konu turizm bürosunun etkin bir şekilde çalışması için gerekli düzenlemelerin ivedilikle yapılmasıdır. Bunun yanı sıra ulusal düzeyde ise, turizm bürolarında çalışan bireylerin öncelikle sürdürülebilir turizmin gelişimine göre gerekli seminer, eğitim vb. konularla bilinçlendirilmesi önerilebilir. Aynı zamanda bu bürolarda gelen ziyaretçiye sunulacak görsellerin veya tanıtıcı materyallerin hem sürdürülebilir ürünlerden oluşturulması hem de ziyaretçileri sorumlu turizme yönlendirecek içeriklerden oluşması

bölgede sürdürülebilir turizmin gelişimi için büyük katkı sağlayacaktır.

Çalışma kapsamında ziyaretçilerin üzerinde durduğu bir diğer konu ise mevcut girişimlerin, Köyceğiz'i korumak için yeterli olmadığı yönünde olmuştur. Özellikle sürdürülebilir turizmin gelişimi için yerel yönetimler, yerel halk, ziyaretçiler, sivil toplum örgütleri kısacası turizmin tüm paydaşları birlikte hareket etmelidir. Nitekim bu çalışmada, yerel halkın paydaş ortaklıklarına olan farkındalığının düşük olduğu ve/veya memnuniyetsiz ve yetersiz kaldıkları tespit edilmiştir. Oysa ki paydaş iş birliğinin sağlanması ve bölgenin korunmasında tüm paydaşların birlikte hareket etmesi son derece önemlidir. Bu husus yapılan çalışmalar ile de ortaya konmuştur. (Almeida ve ark., 2015; Çiçek & Sarı, 2018; Mbaiwa & Stronza, 2011; Yılmaz ve ark., 2022: 96). Paydaş iş birliğinin yanı sıra, sürdürülebilir turizme yönelik turizmle doğrudan ve dolaylı iş yapan paydaşların yer aldığı bilgilendirici toplantıların yapılması sürdürülebilir turizm farkındalığının artırılmasında ve bölgede sürdürülebilir turizmin gelişiminde etkili olacaktır. Dolayısıyla, uygulama için tüm paydaşlara sürdürülebilir turizm odaklı bilgilendirme toplantılarının yapılması önerilmektedir. Söz konusu toplantılar atölyeler, seminerler ve kongreler vasıtasıyla gerçekleştirilebilir.

Pratik katkı olarak bu araştırmanın bulguları, Köyceğiz'de alan yerel yönetimlere ve işletme sahiplerine birtakım fikirler sunmaktadır. Öncelikle Köyceğiz'de yer alan turizm bürosu çevresel konularla ilgili çalışmalar yürütmesi ile mevcut girişimlerin Köyceğiz'i korumak için yeterli düzeyde olması noktasında, katılımcıların görüşlerinin en düşük boyutta olması dikkat çekicidir. Bu sebeple, Köyceğiz turizm bürosunun aktif hale getirilmesi, sürdürülebilir turizm konusunda kapsayıcı çalışmalar yürütmesi son derece önemlidir. Bununla birlikte Köyceğiz'in mevcut arz kaynaklarının korunması için bir stratejik planın ortaya konması, yerel yönetimlerin bu alanda çalışan akademisyenlerle birlikte hareket etmesi, onların görüşlerini dikkate alması, alanında uzman kişilerin görüşleri doğrultusunda turizmin gelişimine katkı sağlaması yerinde olacaktır. Özellikle sürdürülebilirliği temel alan, arz kaynakları üzerinde baskı oluşturmayacak sorumlu turizm faaliyetlerinin bölgede yer alması gerekmektedir. Yapılaşma ve alt yapı yatırımlarının da mevcut durum gözetilerek planlanması ve gerekli önlemlerin alınması, sürdürülebilir turizmin farkındalığı açısından önemlidir. Özellikle tüm paydaşların yer aldığı ve onları teşvik edecek sürdürülebilir turizm çalışmalarını yürütmek yerel halkın da farkındalığını arttıracaktır. Köyceğiz'de yer alan turizm işletmelerinin sürdürülebilir turizm bağlamında eko etiketlere sahip olmak için girişimlerde bulunması da önemlidir.

İleriki çalışmalarda, yerel halk haricindeki paydaş gruplarıyla çalışma tekrar gerçekleştirilerek, farklı paydaş bakış açıları ve algıları tespit edilebilir. Buna ilave olarak, özellikle yavaş şehir olma özelliğini kaybetmeye başlayan destinasyonlarda farkındalık çalışmaları yapılmalı ve bir aksiyon planı oluşturulmalıdır. Bunun haricinde, yerel halkın sürdürülebilir turizme ilişkin farkındalığı ve SKH hedeflerinin farklı değişkenlerle test edilip yeni bir farkındalık modeli geliştirilmesi de önerilmektedir.

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesi yolunda birtakım sınırlılıklar bulunmaktadır. Çalışmanın yalnızca Köyceğiz'de ve belirli bir tarih aralığında gerçekleşmiş olması kısıtlardan biridir. Bir diğeri de yalnızca yerel halk paydaş grubundan veri toplanmasıdır. Gelecek çalışmalarda, bu markayı almış tüm sakin şehirlerde, yerel halk dışındaki diğer paydaşların da görüşlerinin alındığı araştırmalar yapılabilir. Hedeflerin ne kapsamda gerçekleştirilebildiği, bu hedeflerin yeterli olup olmadığı, hedefleri gerçekleştirilme yolundaki bariyerler hakkında derinlemesine mülakatlar yoluyla çalışmalar gerçekleştirilebilir.

## KAYNAKÇA

- Acar, A. B. (2017). *Balıkesir Sındırgı İlçesinde Yaşayan Yerel Halkın Sakin Şehir Hareketine Yaklaşımı*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otelcilik ABD, Balıkesir.
- Akis, S., Peristianis, N. & Warner, J. (1996). Residents attitudes to tourism development: the case of Cyprus, *Tourism Management*, 17(7), 481-404.
- Akman, E., Akman Ç. & Karakuş, M. (2018). Yavaş Şehir Kriterleri Çerçevesinde Seferihisar Belediyesinin Faaliyetlerinden Yerel Halkın Memnuniyet Düzeyi, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 65-84.
- Alaeddinoğlu, F. & Tekin, M. K. (2020). Turizmin Ekonomik, Sosyo-Kültürel Ve Çevresel Açından Yerel Halkın Yaşam Kalitesine Etkileri: Batman Örneği, *Ege Coğrafya Dergisi*, 29 (2), 243-257.
- Almeida, F., Balbuena, A. & Cortes, R. (2015). Residents' attitudes towards the impacts of tourism, *Tourism Management Perspectives*, 13(1), 33-40.
- Almeida-García, F., Pelaez-Fernandez, M.A., Balbuena-Vazquez, A. & Cortés-Macias, R. (2016). Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain), *Tourism Management*, 54, 259-274.
- Andarabadi, F.F, Altunöz, Ö. & Hassan, A. (2014). Cittaslow Şehirlerde Yerel Halkın Turizme Yaklaşımı: Seferihisar Örneği, *Eko-Gastronomi Dergisi*, 1(1):69-86.
- Andarabi, F.F. (2012). *Cittaslow Markasına Sahip Şehirlerde Yerel Halkın Turizme Yaklaşımı Üzerine Bir Analiz: Seferihisar Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Andereck, K. L. & Nyaupane, G. P. (2010). Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents, *Journal of Travel Research*, 50(3), 248-260.
- Andereck, K. L. & Vogt, C. A. (2000). The relationship between residents' attitudes towards tourism and tourism development options, *Journal of Travel Research*, 39, 27-36.
- Arslan Ayazlar, R. (2017). Sürdürülebilir Turizm Tutum Ölçeğinin (Sus-Tas) Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14 (2), 80-92.
- Bahar, O. & Çelik İlal, N. (2019). An evaluation on sustainable tourism demand: The case of Muğla, Turkey, *Journal of Tourism Theory and Research*, 5 (3), 370-379.
- Bahar, O. & Kozak, M. (2015). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay.



- Başarangil İ. & Ulaş, Ş. (2017). A Research on The Perceptions, Attitudes And Life Satisfaction of The Cittaslow Citizens Sample of Vize County, *International Journal of Business and Social Science*, 8(1), 107-116.
- Biçici, F. (2013). Datça yerel halkının sürdürülebilir turizm gelişimine ve turizm işletmelerine yönelik tutumları, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10(1), 19-36.
- Boley, B. B., McGehee N. G. & Hammet, A. L. T. (2017). Importance-Performance Analysis (IPA) of Sustainable Tourism Initiatives: The Resident Perspective. *Tourism Management*, 58, 66-77.
- Brida, J.G., Osti, L. & Faccioli, M., 2011. Residents' perception and attitudes towards tourism impacts, *Benchmarking: An International Journal*, 18(3) 359 – 385.
- Buhalis, D., Leung, X.Y., Fan, D., Darcy, S., Chen, G., Xu, F., Wei-Han Tan, G., Nunkoo, R. & Farmaki, A. (2023). Editorial: Tourism 2030 and the contribution to the sustainable development goals: the tourism review viewpoint, *Tourism Review*, 78(2), 293-313.
- Butler R.W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution implications for management of resources, *The Canadian Geographer*, 24(1), 5–12.
- Cavus, S. & Tanrısevdi, A. (2003). Residents' attitudes Toward Tourism Development: A Case Study In Kusadası, Turkey. *Tourism Analysis*, 7(3-4), 259-269.
- Choi, H. C. & Sırakaya, E. (2005). Measuring Residents' Attitude toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale. *Journal of Travel Research*, 43 (2005), 380-394.
- Cittaslow Türkiye (2023). Erişim adresi: <https://cittaslowturkiye.org/tr/yeni-uyelerimiz-koycegiz-mugla-ve-ahlat-bitlis/>. (Erişim Tarihi: 14.01.2023).
- Cottrell, S., Van der Duim, R., Ankersmid, P., & Kelder, L. (2004). Measuring the sustainability of tourism in Manuel Antonio and Texel: A tourist perspective, *Journal of Sustainable Tourism*, 12(5), 409-431.
- Çakıcı, A. C., Yenipınar, U., & Benli, S. (2014). Yavaş Şehir Hareketi: Seferihisar Halkının Tutum ve Algıları İle Yaşam Doyumları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(3), 26-41.
- Çalışkan, U. & Özer, Ö. (2014). A Comparative Study of Local Residents' Attitudes towards Tourism in Kuşadası, *DEU İşletme Fakültesi Dergisi*, 15(2), 117–133.
- Çalışkan, U. & Özer, Ö. (2022). Turizm Çeşidi ve Destinasyonun Gelişmişliği ile Yerel Halkın Algıları ve Destek Tutumları Arasındaki İlişki: Karşılaştırmalı Bir Araştırma, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 28-52.
- Çavuş, Ş. & Tanrısevdi, A., 2003. Residents' attitudes toward Tourism development: A case study in Kusadası, Turkey, *Tourism Analysis*, 7(3/4) 259 – 269.
- Çelik İlal, N. (2021). Sürdürülebilir Turizmin Gelişimi İçin Hepimiz Sorumlu muyuz? (Ed. Işıl Arıkan Saltık), *Turizm, Toplum ve Kültür* içinde (75-98) Ankara: Nobel.
- Çınarlı, E. & Ay, H. M. (2018). Sürdürülebilir Turizm Konusunda Yerel Halkın Görüşlerinin Belirlenmesi: Sille Örneği, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 21 (2), 239-250.
- Çiçek, D. & Sarı, Y. (2018). Yerel Halkın Turizme Olan Desteği: Türkiye'deki Sakin Şehirler Üzerine Bir Araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29 (2), 185-196.
- Çuhadar, M. & Kevrankıran, İ. (2015). Turizmin sürdürülebilirliğine yönelik yabancı turistlerin algı ve tutumları: Marmaris örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (36), 139-166.
- Dağlı, Z. (2018). Sürdürülebilir turizmin gelişimine yönelik yerel halkın tutumlarını incelemeye ilişkin bir araştırma: Akçakoca destinasyonu, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(3), 603-619.
- Doğan, O., & Yağmur, Y. (2017). Yabancı Turistlerin Sürdürülebilir Destinasyon Algıları: Kemer Destinasyonuna Yönelik Bir Araştırma, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(2), 487-506.
- Duran, E. (2013). Yerel halkın sürdürülebilir turizm gelişimine yönelik tutumları; Bozcaada örneği, *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 3(2), 76-94.
- Eadington, W. R., & Redman, M. (1991). Economics and tourism, *Annals of Tourism Research*, 18(1), 41-56.
- Ekiztepe, B. (2016). Sürdürülebilir Kalkınma ve Gelişim Süreci. (Ed. Hüseyin Çeken), *Sürdürülebilir Turizm* içinde, s. 27-54. Ankara: Detay.
- Eser, K., Çelik, N. & Yıldız, O. (2018). Turizmin Yerel Halkın Yaşam Kalitesi Üzerindeki Etkileri: Muğla-Akyaka Örneği. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 10 (2), 60-73.
- Filiz, A. & Yılmaz, Ö. D. (2017). Turizm Gelişim Yaklaşımları Kapsamında Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı ve Tutumları: Mazı Köyü Türkbükü Karşılaştırmalı Analizi, *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 1799-1824.
- Frías-Jamilena, D. M., Fernández-Ruano, M. L., & Polo-Peña, A. I. (2022). Gamified environmental interpretation as a strategy for improving tourist behavior in support of sustainable tourism: The moderating role of psychological distance, *Tourism Management*, 91, 104519.

- Garcia, J. A., Gomez, M. & Molina, A. (2012). A Destination-Branding Model: An Empirical Analysis Based on Stakeholders, *Tourism Management*, 33, 646-661.
- Garda, B. (2022). Eğirdir Halkının Yavaş Şehir Modeline Yönelik Algısı ve Desteği, *International Academic Social Resources Journal*, 17(41),1063-1071.
- Gök, T. & İnce, C. (2023). Turizmin Etkilerine Yerel Halkın Bakışı: Bişkek Örneği, *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 12(31),125-150.
- Güneş, E., Alagöz, G. & Uslu, A. (2020). Yerel Halkın Sürdürülebilir Turizme Yönelik Tutumu: Fethiye Örneği, *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (2), 201-215.
- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin.
- Karaağaç, G. (2006). *Kaunos'dan Köyceğiz'e*. Ankara: Birol.
- Koçoğlu, C. M., Saraç, Ö. & Batman, O. (2020). Local Public Attitudes for the Development of Sustainable Tourism in Safranbolu, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(1): 202-219.
- Látková, P. & Vogt, C. A. (2012). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *Journal of Travel Research*, 51(1), 50-67.
- Mbaiwa, J. E., & Stronza, A. L. (2011). Changes in resident attitudes towards tourism development and conservation in the Okavango Delta, Botswana, *Journal of Environmental Management*, 92(8), 1950-1959.
- McCool, S.F. & Martin S.R., (1994). Community Attachment and Attitudes toward Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 32(3), 29-34.
- Mohaidin, Z., Wei, K. T., & Murshid, M. A. (2017). Factors influencing the tourists' intention to select sustainable tourism destination: a case study of Penang, Malaysia, *International Journal of Tourism Cities*, 3(4), 442-465.
- Nafi, S. M. & Ahmed, T. (2017). Sustainable Tourism in Saint Martin Island: An Observation on Young Tourist Perception and Awareness Level, *Journal of Humanities and Social Science*, 22 (10), 73-80.
- Numanoğlu, E. & Güçer, E. (2018). Yerel Halk Açısından Yavaş Şehir Akımı Algısı: Perşembe Örneği, *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 3 (2), 11-22.
- Nunkoo, R., Smith, S. L. & Ramkissoon, H. (2013). Residents' Attitudes to Tourism: A Longitudinal Study of 140 Articles From 1984 to 2010, *Journal of Sustainable Tourism*, 21 (1), 5-25.
- Ören, T. Ş. & Ören, V. E. (2020). Turistler Açısından Sürdürülebilir Bir Destinasyondan Beklentilerin Belirlenmesi. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 23 (1), 18-51.
- Özhan Öztürk, G. (2022). *Yerel halkın turizm gelişimine yönelik algıları: Mardin Süryani topluluğu örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Batman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Batman.
- Panzer-Krause, S. (2020). The lost rural idyll? Tourists' attitudes towards sustainability and their influence on the production of rural space at a rural tourism hotspot in Northern Ireland, *Journal of Rural Studies*, 80, 235-243.
- Patterson, C. (2016). *Sustainable Tourism: Business Development, Operations and Management*. United States Human Kinetics.
- Presenza, A., Del Chiappa, G. & Sheehan, L. (2013). Resident Engagement and Local Tourism Governance in Maturing Beach Destinations: Evidence From an Italian Case Study, *Journal of Destination Marketing & Management*, 2, 22-30.
- Suntikul, W., Pratt, S., Kuan, W. I., Wong, C. I., Chan, C. C., Choi, W. L., & Chong, O. F. (2016). Impacts of tourism on the quality of life of local residents in Hue, Vietnam, *Anatolia*, 27(4), 405-420.
- Teye, V., Sirakaya, E., ve Sönmez, S. F. (2002). Residents' attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668-688.
- Toprak, L. (2015). Mardin'de Halkın Turizm Algısı. *Electronic Journal of Social Sciences*, 14(54), 201-218.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2022). Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2021-45500>. Erişim tarihi: 16.01.2022.
- Uslu, A. & Avcı, U. (2020). Yerel Halkın Cittaslow Hareketine Bakış Açısına Yönelik Bir Araştırma: Köyceğiz Örneği, *Turizm Akademik Dergisi*, 7 (1), 117-131.
- Ünlüöner, K., Tayfun, A. & Kılıçlar, A. (2015). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Nobel.
- Victor, T., Sönmez, S. F. & Sirakaya, E. (2002), Residents' Attitudes toward Tourism Development, *Annals of Tourism Research*, 29 (3), 670- 679.
- Yıldız, D. & Uzunsakal, E. (2018). Alan Araştırmalarında Güvenilirlik Testlerinin Karşılaştırılması Ve Tarımsal Veriler Üzerine Bir Uygulama, *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 2018 (1), 14-28.

Yılmaz, E., Perna, F., Azevedo, P. S., Custódio, M. J. & Çeken, H. (2022). Can They Manage in a Sustainable Way? The Role of International Destination Awards in Beach Management, *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 12(1), 89-99.

Yılmaz, E. (2021). *Plaj Destinasyonlarının Sürdürülebilir Yönetiminde Ödül Etkisi: Algarve Örneği*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

Yoon, Y., Gürsoy, D. & Chen, J., S. (1999) An Investigation of the Relationship Between Tourism Impacts and Host Communities' Characteristics, *Anatolia*, 10(1), 29-44.

**Destek Bilgisi:** Bu çalışma Kültür ve Turizm Bakanlığı, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı ve Anadolu Efes tarafından yürütülen Gelecek Turizmde Projesi kapsamında REF2020/M02 numaralı proje tarafından desteklenmiştir.

**Çıkar Çatışması:** Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm Akademik Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarına aittir.

**Bilgilendirilmiş Onam Formu:** Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

**Etik Kurul Onayı:** Bu çalışma için Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi 5/03/2022 tarih ve 220029 protokol ve 37 sayılı karar numaralı "Etik Kurul Onayı" alınmıştır.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** Çalışma iki yazarın ortak katkısı ile hazırlanmıştır.

1. Yazar = %50

2. Yazar = %50



## EXTENSIVE SUMMARY

### Evaluation of Local Community Perceptions on Sustainable Tourism within the Framework of Sustainable Development Goals: The Case of Köyceğiz

Nur ÇELİK İLAL, Emine YILMAZ\*

#### Introduction

In order to discuss the development of sustainable tourism in a destination, it is essential that not only tourists but also the local community living in that region are aware of the subject and embrace the advancement of sustainable tourism. For sustainable tourism activities and efforts in this field to be effective, the awareness of the local community residing in tourism destinations and their contributions are of utmost importance (Boley, McGehee, & Hammet, 2017). This is because the local community is one of the most crucial stakeholders who will be influenced by the positive impacts of sustainable tourism as a result of the formulation of effective sustainable tourism policies in a region (Çiçek & Sarı, 2018). Therefore, this study sets itself apart from similar research. In this study, the answers to the questions “Do the local community members possess awareness about sustainable tourism?” and “Which of the Sustainable Development Goals are influenced by the local community’s awareness of sustainable tourism?” were investigated. In this regard, it is believed that this study will be valuable for the literature, academics working in this field, policymakers, and planners.

#### Methodology

In this descriptive study, the data was collected via a questionnaire which was developed based on the studies of Choi and Sırakaya (2005) and Nafi and Ahmed (2017). There are two sections in the questionnaire form. In the first part, there are 27 statements to measure sustainable tourism awareness, and in the second part, there are 5 demographic questions. Since it would be both costly and impossible to reach the entire population (Balci, 1997), the convenience sampling method was used. The study was conducted in Köyceğiz district of Muğla. Köyceğiz which is part of the slow city movement. A total of 391 surveys were collected between April 2022 and January 2023. 384 surveys were included in the study due to reasons such as some of the surveys being abandoned and not responding to demographic questions. The data obtained was analysed with the help of the SPSS statistical program.

\* Corresponding author at: Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Tourism, Muğla, Türkiye,  
E-Mail Address: emineyola@mu.edu.tr

#### Data Analysis

The data underwent outlier detection and normality tests before being subjected to scale reliability analysis. To assess the reliability of the scale, a reliability analysis was conducted using Cronbach’s Alpha model, which is a method developed to evaluate the characteristics and reliability of tests, questionnaires, or scales used in measurement. This analysis resulted in a reliability coefficient of 0.751 for the research scale, indicating a high level of reliability (Yıldız & Uzunsakal, 2018:19).

Subsequently, a frequency analysis was applied to the first section of the study, which measures the local community’s perception of sustainability. This analysis aimed to assess the level of awareness among the local community.

#### Conclusion and Recommendation

It has been determined that the local community’s highest level of awareness regarding sustainability is related to environmental sustainability. This finding aligns with the results of the study conducted by Koçoğlu et al. (2020) as well. If the local community is included in the process of sustainable development, the region is likely to maintain its slow city designation for many years without losing it. Almeida-García et al. (2016) also emphasized in their study that involving local residents in tourism-related decisions would be beneficial. One of the areas where the local community’s awareness is low includes the statement “The tourism office in Köyceğiz is engaged in activities related to environmental issues.” The participants of the survey have indicated that they are not even aware of the existence of the tourism office in Köyceğiz. Çınarlı and Ay (2018) also suggested that in their study.

Ensuring stakeholder collaboration and having all stakeholders work together is of utmost importance in achieving cooperation and preserving the region. This aspect has also been emphasized through various studies (Almeida et al., 2015; Çiçek & Sarı, 2018; Mbaiwa & Stronza, 2011; Yılmaz et al., 2022:96). In addition to stakeholder collaboration, organizing informative meetings involving stakeholders directly and indirectly involved in tourism for sustainable tourism will contribute to increasing awareness and promoting the development of sustainable tourism in the region.

As a practical contribution, the findings of this research offer some ideas to local governments and business owners in Köyceğiz. First, it is noteworthy that the opinions of the participants are at their lowest regarding the fact that the tourism office in Köyceğiz carries out studies on environmental issues and that

the current initiatives are enough to protect Köyceğiz. At this point, it is extremely important to activate the Köyceğiz tourism office and carry out comprehensive studies on sustainable tourism. Carrying out sustainable tourism activities that involve all stakeholders and will encourage them will also increase the awareness of the local people. It is also important for tourism businesses in Köyceğiz to take initiatives to have eco-labels in the context of sustainable tourism. In future studies, the study can be conducted again with stakeholder groups other than local people to identify different stakeholder perspectives and perceptions.





# Turizm Akademik Dergisi

## Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



## Kültürel Mirasın Uzamsal Boyutunda Göbeklitepe'nin Ruhu\*

Hatice GÜÇLÜ NERGİZ<sup>a\*\*</sup>, Fidel TOKER<sup>b</sup>, Meryem AKOĞLAN KOZAK<sup>c</sup>

<sup>a</sup> Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Kocaeli, E-mail:hg.nergiz@kocaeli.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8848-7014

<sup>b</sup> Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı, Uluslararası İlişkiler Dairesi Başkanlığı, Ankara, E-mail: fidelcann@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1261-8946

<sup>c</sup> Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Eskişehir, E-mail: mkozak@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0577-1843

### Öz

Günümüzde tarihi ve kültürel keşif alanları, turistik mekânlara ve destinasyonlara dönüşmüştür. Genius loci/ yerin ruhu kavramı, mekânın benzersizliğini, yerin farklılığını vurgulayarak o yerin özünü/ ruhunu betimler. Bu çalışmanın amacı, turizme açık tarihi ve kültürel alanlarda yerin ruhu olgusunu, toplumun kültürel mirası ve sosyal hafızasını oluşturan somut ve somut olmayan unsurlardan yola çıkarak belirlemektir. Çalışmanın teorik altyapısı, Norberg-Schulz'un yer teorileriyle yerin ruhu kavramı ile Jiang ve Lin'in yerin ruhunun algılanmasına yönelik geliştirdiği kavramsal modele dayanmaktadır. Nitel araştırma yöntemine göre tasarlanan çalışmada bulgular, yazılı ve görsel kaynakların karşılaştırmalı bir değerlendirmesinden elde edilmiştir. Çalışmada bu doğrultuda, tarihin ve insanlığın sıfır noktası olan Göbeklitepe örneği ele alınmıştır. Araştırma sonucunda, Göbeklitepe'nin ruhunu betimleyen fiziki atmosfer, arkeolojik kültür ve ruhani mekân öğeleri tanımlanmıştır. Arkeolojik buluntuların ve fiziki yapının insanda yarattığı hisle yere bir kimlik tanımladığı, Göbeklitepe'nin de böylelikle karakter kazandığı sonucuna varılmıştır. Yerin ruhu teorisine dayanan bu tanımlayıcı araştırmada uyarlanan model, turizmin geliştiği diğer tarihi ve kültürel alanlarda da yerin ruhunu belirlemede kullanılabilir bir model önerisi niteliğindedir. En belirgin örnekler seçilmişse de mekâna özgü tüm arkeolojik ve fiziki özelliklerle manevi izlerin kapsama alınamaması bir sınırlılıktır.

**Anahtar Kelimeler:** Kültürel Miras, Yerin Ruhu, Göbeklitepe, Toplumsal Bellek.

## The Spirit of Göbeklitepe in The Spatial Dimension of Cultural Heritage

### Abstract

Nowadays, historical and cultural discovery sites have been transformed into touristic places and destinations. The concept of genius loci/ spirit of place describes the substance / spirit of a place by emphasizing the uniqueness of the place, the uniqueness of the place. The aim of this study is to identify the phenomenon of the spirit of place in historical and cultural sites open to tourism, based on the tangible and intangible elements that constitute the cultural heritage and social memory of the society. The theoretical background of the study is based on the concept of the spirit of place in Norberg-Schulz's theories of place and the conceptual model developed by Jiang and Lin for the perception of the spirit of place. The findings of the study, which was designed according to the qualitative research method, were obtained from a comparative evaluation of written and visual sources. In this direction, Göbeklitepe, the ground zero of history and humanity, was taken as an example. As a result of the research, the physical atmosphere, archaeological culture and spiritual space elements that describe the spirit of Göbeklitepe were defined. It has been concluded that archaeological finds and physical structure define an identity for the place with the feeling they create in people, and Göbeklitepe gains character in this way. The model adapted in this descriptive research, based on the spirit of place theory, is a model that can be used to identify the spirit of place in other historical and cultural sites where tourism is developing. Although the most prominent examples were selected, it is a limitation that not all archaeological and physical features and spiritual traces specific to the place were included.

**Keywords:** Cultural Heritage, Genius Loci, Göbeklitepe, Social Memory.

JEL CODE: L80, L83, L84

*Makalenin Geçmişi:*

Gönderim Tarihi : 17.08.2023

Düzeltilme : 30.10.2023

Kabul : 21.11.2023

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Güçlü Nergiz, H., Toker, F., Akoğlan Kozak, M. (2023). Kültürel Mirasın Uzamsal Boyutunda Göbeklitepe'nin Ruhu, Turizm Akademik Dergisi, 10 (2), 179-195.

\* Bu araştırma etik kurul kararı gerektirmeyen araştırmalar arasında yer almaktadır.

\*\* Sorumlu yazar e-posta: hg.nergiz@kocaeli.edu.tr

## GİRİŞ

Kültürel miras kavramı, toplumun kültürel birikimiyle oluşan toplumsal belleği ve kimliği ifade eder. Bu kavramı oluşturan kültür ve miras terimlerinden kültür, toplumun tarihsel gelişim sürecindeki maddi manevi tüm değerlerin birikimidir ve süreğendir. Yere, bireye ve duruma göre biçimlenip dönüşen kültürün doğasında canlılık ve devinim vardır. Miras ise durağandır ve geçmişte kalanı ya da geçmişten arta kalanı ifade eder (Ölçer Özünel, 2013: 15). Toplumsal kimliği belirleyecek bir kültürel birikimin oluşması, maddi manevi tüm mirasın kuşaklar boyu aktarılabilmesine bağlıdır. Kültürel birikimle oluşan toplumsal bellek, her toplumun eğitim ve davranışlar yoluyla nesilden nesile koruyarak aktardığı kimliğidir (Horata, 2017: 118).

Dünyayı meydana getiren farklı toplumlar, onlara ait kimlikler ve bu kimliklerin oluşturduğu kültür mozaiği, insanlığın dokusudur ve özenle korunmalıdır. Maddi manevi tüm öğeleriyle muhafaza edilen, toplumda bir devamlılık hissi yaratan kimlikle belleğin, diğer bir deyişle kültürel birikimin/mirasın tümüyle korunması, günümüzde destinasyona dönüşen tarihi mekânlarda ve arkeolojik keşif alanlarında bilhassa önem arz etmektedir. UNESCO'nun 1972 yılındaki kültürel miras tanımında miras unsurları "tarih, sanat ve bilim bakımından evrensel değere sahip mimari eserler, buralarda yer alan resimler ve yazılar, arkeolojik karakterli yapılar, mağaralar, harabeler ve bunlarla bütünlük kazanan doğal çevre" olarak belirlenmiştir. Sayılan maddi unsurlara kültürel mirasın somut olmayan parçaları, "uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekânlar" da eklenmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).

Turizm araştırmalarına da konu olan mirasın somut unsurlarından kültürel mekânlar, mimarlık teorilerinden yer teorisinin anahtar kavramı yerin ruhu/genius loci (Norberg-Schulz, 1979) açısından turizm araştırmacılarının da ilgisini çekmiştir (Christou, Farmaki, Saveriades & Spanou, 2019).

Yerin ruhu özellikle mekânların benzersizlik ve farklılık arz ettiği sıra dışı ve özgün yerlerde anlam bulan bir kavramdır (Borkowski, Seweryn & Grabińska, 2017). Steele (1981) yerin ruhunu, "bir yerin karakterinin orada bulunan insanlarda yarattığı his ve orada yaşayanlara da bu hissin bir kimlik tanımlaması" biçiminde ifade eder. Yerin ruhu kavramıyla ilgili, turizm destinasyonlarının fiziksel özelliklerinin incelendiği araştırmalar çoğunluktadır (Christou ve ark., 2019). Mimarlıktaki yer teorisi ve yerin ruhu kavramı (Norberg-Schulz, 1979), turizmde sadece mekânın fiziksel nitelikleriyle ele alınmış; geçmişin kaydı, sanat eserleri,

sesler, renkler, kokular gibi unsurların birleşimiyle oluşan ve yerin ruhunu tasvirleyen farklı yollar (Borkowski ve ark., 2017) birden fazla boyutla ayrıntılı olarak ele alınmamıştır. Kendine özgü bir karaktere ve ruha sahip olmasından ötürü her yer, diğer adıyla uzam sadece somut öğelerle değil onu asıl kimliğine kavuşturacak somut olmayan bileşenlerin de yer aldığı çok boyutlu bir modelle tasvir edilmelidir.

Bu çalışmada, tarihi ve kültürel keşif alanlarından uygarlık tarihine damga vuran, Schmidt'in eserine (2007) verdiği adıyla *Taş Çağı Avcılarının Gizemli Kutsal Alanı: Göbeklitepe* örneğinde yerin ruhunu betimleyen yönler tanımlanmaya çalışılmıştır. Çalışmanın temel amacı, gizemli yönüyle araştırmalara konu olan, bilinen en eski yerleşim yeri Göbeklitepe'nin ruhundaki somut ve somut olmayan unsurlara dayanarak çok boyutlu bir kavramsal model oluşturmaaktır. Araştırmanın turizm literatüründe yerin ruhuna ilişkin var olan boşluğu gidermedeki katkısı iki yönlüdür. İlk olarak, rasyonel biçimde ortaya konulması zor olan yerin ruhu kavramının kazı çalışmaları devam eden Göbeklitepe arkeolojik alanında ele alınmasıdır. Diğer katkısı ise turizmde sınırlı sayıda çalışmayla (Christou ve ark., 2019; Fadamiro & Adedeji, 2016; MacLeod, 2021; Raimondo, Rea & Wang, 2022; Silva, 2015) tek boyutta incelenen bu konunun Jiang ve Lin'in (2020) kavramsal modelinden hareketle Göbeklitepe özelinde çok boyutlu olarak yeniden uyarlanmasıdır. Sunulan modelle, çalışmanın sonraki kültürel miras araştırmalarına temel sağlayacağı düşünölmektedir. Bu kapsamda Göbeklitepe için yer kavramı öncelikle coğrafî, jeolojik, fiziki yönden boyutsal mekân olarak incelenecek, ardından psikolojik ve ruhsal ilintiler bütününü içerecek bir algısal mekân boyutuyla ele alınacaktır.

## LİTERATÜR

### Kültürel Miras ve Turizmde Yerin Ruh

"Yer kavramı genel yaklaşımla insan deneyimini barındıran mekânlar olarak kabul edilir" (Usta, 2020: 25), yer kavramında his söz konusudur MÖ 4. yüzyılda Aristoteles, yerin kendine mahsus oluşundan, içsel gücünden, kapsayıcı karakterinde bulunan özel güçle niteliksel bakımdan nedensizce farklılaşabilmesinden ve bir ortam olarak karmaşıklığından bahseder. 17. ve 18. yüzyılın Batılı filozofları ve bilim adamları ise yeri, evrensel mekânın geçici bölmeleri biçiminde görüp ona niceliksel bir doğal homojenlik atfederler (Casey, 1998). Saflık ya da karışım, her iki durumda da yer kavramının kendine özgünlüğünü ortaya koyan, mekânın insanla kurduğu bilişsel-fiziksel ilişkidir.

Yüksel'in (2019: 343) ifadesiyle "turizm, maddiden çok manevi bir yolculuktur". Bu yolculukta gidilen yer kadar, kişiyi yolculuk etmeye yöneltten ve onu gittiği

yeri çeken sebepler de önemlidir. Yaşamın; fiziksel, sosyal, psikolojik, felsefi, tarihsel, çevresel, ideolojik vb. birçok boyutuyla ilgili izler taşıyan mekânlar, yaşanmışlıklar barındırır (Usta, 2020). Yerin ruhuna te-kabül eden gidilen yerin yaşanmışlıkları, giden kişinin-kine karışıkça, o yerin tüm çekim unsurları tarihsel ve kültürel birikimle bezendikçe yolculuğun maneviyatı, ziyaret yerinin ruhu önem kazanır. ICOMOS'ta (ICOMOS, 2022) belirlenen ilkelere göre 'miras'; yerin ru-hundaki maneviyata, düşünceye, insanlara ve somut olmayan unsurlara (*anılar, anlatılar, yazılı belgeler, festivaller, merasimler, dini törenler, geleneksel bilgiler, değerler, dokular, renkler ve kokular*) atıfta bulunan boyutu; 'yer' ise coğrafi bir alanı, fiziksel bir ortamı çağrıştıran maddi boyutu (*sitler, yapı toplulukları, pey-zajlar*) oluşturur (Turgeon, 2009'den aktaran Ben Hadj Salem & Chtara, 2018).

Bir yerin manevi ve kültürel dokusu, geleneksel değerleri, ortamın havası, kokusu, peyzajı turistik ve rekreasyonel deneyimlere eşlik eder. Tarihsel ve kültü-rel mirasın aktarımında mekânların ruhunu algılama duyarlılığının bireylere özellikle ziyaret deneyimleri sırasında kazandırılması, geçmişle farklı bir ilişkinin kurulmasını sağlayacak gerçek bir sosyal etkileşim ara-cı olacaktır. Hegel, *Tinin Fenomenolojisi* adlı eserinde tin (ruh) kavramını, kendinin bilincine varmak olarak tanımlar ve bireyin bu bilince aklın yürüyüşü yoluyla adım adım vardığını belirtir (Warburton, 2017: 195). Yerin ruhunu keşfetmek, ziyareti esnasında bireyi mekânla bütünleştiren bir akıl yürüyüşüdür. İnsanın yerle kurulan bağı, bu yürüyüş sırasında koku, görüntü, ses gibi öğelerin oluşturduğu auranın, bireyi mekâna dâhil etmesiyle başlar ve mekânın tüm yaşanmışlıkları, tarihsel bir gezinti havasında aşama aşama insanın zih-ninde canlanır. Böylelikle yer, ruhunu hissettirir. Tu-rizm bağlamında ise bu ruh, yerin ziyareti esnasında o mekânın ziyaretçisine duyumsattıkları, gezinti anlarını büyüdü kılan bir tadın, akılda kalan bir renk, koku veya bir dokunun ona çağrıştırdıklarıdır. Özellikle, tarihi sit alanlarındaki tüm izlerin mirasa ilmek ilmek işlen-me-siyle ziyaret sonrasında turistik deneyimin ziyaretçide bıraktığı his belirginleşir. Mekânda gezinti, o mekânın mistik havasının solunması ziyaretçiyi geçmişe götü-rebilir, yerin ruhunu hissetmesi için götürmelidir de. Hatta mistik coğrafyalarda, yerel halk geçmişin izlerini farkında olmadan inanışlarıyla günlük yaşam biçimleri ve gelenekleriyle sürdürüp yaşatarak geçmişin ruhunu bugüne dercedebilmektedir.

Arkeolojik alanlarda tarihin izini sürmek, geçmişin gelenek-göreneklerini ve kültürünü günümüze taşı-mak; buluntuları özenle tarihleyip müzelerde sergile-mek gibi bir durağanlıkla değil, geçmişte onları üreten, kullanan ve günümüze aktarmak üzere muhafaza ede-nin yeteneğini, bilgisini, geleneğini ve birikimini bü-

tünüyle koruyacak bir sürengenlikle olmalıdır. Uzamla ilişkilendirilen kültür mirasının sürdürülebilirliği de uygun şekilde muhafazasına ve özenle aktarılabilmesi-ne bağlıdır. İnsanın mekânla kurduğu ilişkinin kalıcı ve işlevsel hale gelmesindeki en önemli sosyal etkileşim aracı turizm ve rekreasyondur. Rekreasyonel etkinlik-lerden oluşan turistik deneyimler, kültürel çeşitliliği ve özgünlüğü koruyarak kültür mirasının en doğal ve etkili biçimde tanıtımına/aktarımına aracılık eder. Bu aktarımda yerin ruhuna ve mekâna özgü unsurlara saygı, esastır.

Alanyazında, teorik temellerinin mimarlık alanın-da atıldığı kabul edilen yer ve yerin ruhu kavramının, turizm pazarlama endüstrisinde genelde bir destinas-yon markasını tanımlamak için kullanıldığı görülür (Skinner, 2011). Yerin ruhu kavramı literatürde, me-tafiziksel/ soyut doğası ve içsel karmaşıklığı nedeniyle bilimsel analizlerin güçleştiği bir konu olup bilhassa UNESCO dünya mirası listesine giren yerler üzerinden araştırılmaktadır. Örneğin Endonezya'nın Bali Adası'n-da bulunan Ubud bölgesindeki üç tatil köyünde yerin ruhunun köy görsellerinin betimsel analizle incelen-diği çalışma, bunlardan biridir. Araştırmada Ubud'da ormanlarla çevrili dokuyu, Ayung Nehri'nden gelen su sesinin ve çeltik tarlalarının oluşturduğu belirlenmiş-tir. Araştırmacılar, tatil köylerinde Ubud'un yerelliğini yansıtmaması açısından, bölgeye aitlik hissi veren ahşap ve taş malzeme kullanımını önermişlerdir (Lianto, Pri-yomarsono, Nuramin & Wiratno, 2021).

Bir başka çalışmada Güney Batı Nijerya'nın en bü-yük etnik topluluğu, bölgeye adını veren Yoruba ka-bilesinin yaşadığı yerde, yerin ruhu betimlenmiştir. Kültürel peyzajların mekândaki tarihi belgeler olarak kabul edildiği ve bölge halkı tarafından yaradılışın/ dünyanın merkezi olarak görülen Yoruba'da geleneksel koruma önlemlerinin modernleşmeye karşı sıkı bir şe-kilde uygulanması önerilmiştir. Zaman ve mekân açıs-ından sosyal, ekonomik ve kültürel olarak Yoruba'nın gücünü ortaya koyan, yerin ruhunun korunması ve ya-şatılmasıdır (Fadamiro & Adedeji, 2016). Endonezya'da yürütülen bir vaka çalışmasında Yogyakarta'nın tarihi yerlerindeki yapılaşmanın ve inşaat dalgalarının bu tarih ve tapınaklar şehrinde başta Yogyakarta olmak üzere tarihi yerlerin kentsel dokusunda, dolayısıyla ye-rin ruhunda yarattığı değişikliklere dikkat çekilmiş-tir. Hükümetin kalkınma planına istinaden başlatılan yapılaşma çalışmalarında inşaat sayısının artmasıyla mekânlarda çok fazla öge ve özellik birbirine karış-tığından çevreyle doku bağlarını kopma noktasına gelmekte, tarihi merkez, mekân ruhuyla örtüşmeyen devasa binalarla çevrililmektedir. Çalışmada sağlıklı yapılaşmanın mekân ruhunu zayıflatan ve yerin ruhu-na zarar veren yönleri vurgulanmaktadır (Mahendarto, 2018).



Volgger (2019) turizm destinasyonlarında ürün geliştirirken atmosferleri yeniden tasarlamaktansa yerin ruhunu dikkate alan bir yaklaşım benimsenmesini önermiş, çalışmalarında Kıbrıs'ta Ayia Napa sahil köyündeki aynı adlı manastırı etnografik keşif yöntemiyle değerlendiren Christou ve arkadaşları (2019) ise yerin ruhu kavramının, akademik olarak coğrafi-mimari perspektifle ele alındığına dikkat çekmiştir. Ziyaretçilere yöneltilen sorularla bölgenin turizm gelişiminin geçmişte ve günümüzde bölgeyi nasıl etkilediği, destinasyondaki belirli alanlarda yerin ruhunun koruyup korumadığı sorgulanmıştır.

## YÖNTEM

Yerin ruhunu yansıtan kavramların bir model temelinde nitel araştırma yöntemiyle belirlendiği bu çalışmada örnek olay inceleme (case study) yöntemi (Kozak, 2014: 32) benimsenmiş ve Göbeklitepe, örnek mekân olarak seçilmiştir. Kavramlara ilişkin veriler, olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin çözümlenmesi olarak kabul gören belge incelemesi (doküman analizi) yöntemiyle derlenmiştir. Doküman analizinde mektup, rapor, kitap, ansiklopedi, tutanaklar, anı-yaşam öyküleri, istatistikler (Karasar, 1994: 183) incelenirken, çalışmada güncelliği yakalamak adına bu listeye son yıllarda eklenen elektronik ortamda sağlanan bilgi ve belgeler de (Sak, Şahin Sak, Öneren Şendil & Nas, 2021) dikkate alınmıştır. Araştırma, 3 Haziran-3 Kasım 2022 tarihleri arasında yürütülmüştür. Bu süreçte kurumların resmi internet siteleri, bilimsel çalışmalar (makale, kitap, raporlar, tezler), tanıtım broşürleri, kazı alanında bilimsel araştırma yapan kişilere ait web sitelerinden alınan röportaj metinleri ve sunumlarda kullanılan çeşitli haber metinleri incelenmiştir. Kaynaklar belirlenirken çalışmada tercih edilen birleşik yazılışla "Göbeklitepe" ve "Göbekli Tepe" anahtar sözcükleri, sayılan bilgi ve belgelerde taranmış, bilimsel verilerden uzaklaşmamak için halk anlatıları ve efsaneler kapsama dahil edilmemiştir. Kayıt altına ve değerlendirmeye alınan 150'ye yakın belgenin tamamı kamuya açık ve erişilebilir kaynaklardan

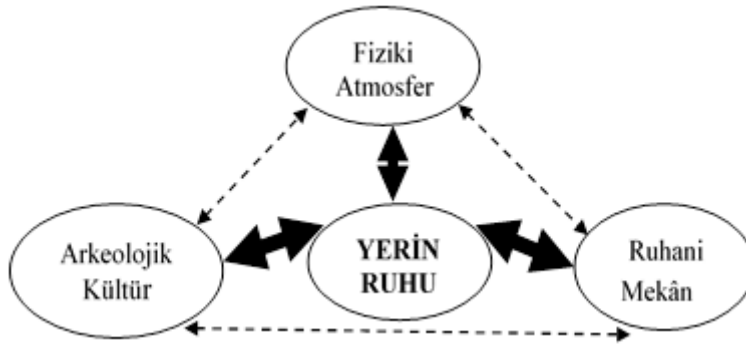
oluşmaktadır. Bu sebeple etik kurul kararı gerektirmeyen bir araştırmadır.

Göbeklitepe kültürel mirasının incelendiği bu çalışmada bölgenin dünü ve bugünü düşünülerek öncelikle benimsenen üç boyutlu araştırma modeli çerçevesinde yerin ruhunu ifade eden uygun kavramlar içerik analizi yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Bu amaçla, modeldeki fiziki atmosfer, arkeolojik kültür ve mekânın manevi unsurları bu lokasyon itibarıyla değerlendirilmiştir. Yerin ruhunun, o yerdeki maddi buluntuların ve fiziki atmosferin insanda yarattığı maneviyat olmasından hareketle, bu kavramların, arkeolojik kazı alanında en sık rastlanan buluntular ve/veya bölgeyle özdeşleşmiş unsurlar olmasına dikkat edilmiştir. Ayrıca, sonraki araştırmacıların da benzer sonuçlara ulaşabilmesini sağlayacak genel kapsamlı temalar geliştirilmesine önem verilmiştir. Boyutlara göre Göbeklitepe arkeolojik alanında belirlenen somut öğelerin insanda yarattığı manevi çağrışımlar listeler halinde sunulmuş ve yorumlanmıştır.

## Kavramsal Model

Fiziki ve manevi dokusuyla Göbeklitepe kültürel mirasının korunup tanıtılmasına katkı sağlayacak bu keşifsel çalışmada Jiang ve Lin'in (2022) üç boyutlu kavramsal modelinden yararlanılmıştır. Modelin yer aldığı çalışmada, UNESCO'nun dünya mirası listesine aldığı, maddi ve manevi bakımdan cazibe merkezi haline gelen Çin'in Güney Anhui ve Fujian Tulou bölgesindeki antik köylerin ruhu, ziyaretçilerdeki varoluşsal değeri, yerin ruhu/genius loci kavramının rehberliğinde, turist deneyimi açısından değerlendirilmiştir. Bu çerçevede Jiang ve Lin, eksiksiz bir kültürel sistem ve zengin maddi/ manevi kültürel değerlerle karakterize edilen antik köylerin ruhunun algısına ilişkin bir ölçek belirlemiştir. Ölçekteki üç boyut; fiziki atmosfer, mimari kültür ve ruhani vatan olarak ifade edilir.

Mevcut araştırmada ise modern insanda yer kimliğini geliştirip kültürel hafızayı uyandırarak bir yeri ruhani vatan haline getiren bu ruhun imgesel



Şekil 1. Yerin Ruhuna İlişkin Kavramsal Model

Kaynak: Jiang & Lin, 2022: 5.

boyutları, Göbeklitepe için belirlenmeye çalışılmıştır. Bir yerleşim yerine özgünlük kazandıran yerin ruhu kavramı, somut ve somut olmayan kültürel mirasta üç ayrı boyutuyla ortaya çıkmaktadır. Kavramsal modelin boyutları, bu çalışma kapsamında ruhani vatan/ ruhani mekân kavramıyla, mimari kültür/ arkeolojik kültür kavramıyla değiştirilerek kültürel miras araştırmalarına uyumlu hale getirilmiş ve Şekil 1'de sunulmuştur.

Model boyutlarından vatan kavramının 'mekân' olarak değiştirilme sebebi, 12 bin yıl öncesinde yaşayan insanların toplum bilinciyle ve vatana bağlılık hissiyle hareket etmekten ziyade aynı mekânı paylaşan topluluklardan oluştuğunun değerlendirilmesidir. Göbeklitepe'de fiziki atmosfer ve ruhani mekânın ardından, üç boyutlu kavramsal modeldeki mimari kültür boyutu, bölgenin hâlihazırda kazı alanı olması sebebiyle 'arkeolojik kültür' şeklinde değiştirilerek anahtar kavramlar genelden özele doğru ele alınmıştır.

### Göbeklitepe

Göbeklitepe; Avrupa Orta Çağı'nda bilinen eski ismiyle "Edessa", yöre halkının tercihiyle önce aynı anlama gelen "Ruha" ya da "Ohai", sonrasında "Orfa" ve "Urfa" adını almış olan (İşıltan, 1960) Şanlıurfa ili sınırları içindedir. Türkiye'nin 18. kültür varlığı olarak 2018 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne giren, gezici karaktere ve topluluk yapısına sahip avcı-toplayıcı grupların (Tekin, 2021: 31-32) buluşma yeri Göbeklitepe'nin geçmişi 12 bin yıl öncesine (MÖ 10.000-9.000) uzanmaktadır. *Taş Çağı avcılarının gizemli kutsal alanı* olarak addedilen (Schmidt, 2007) bu höyük, ilk uygarlıklara ev sahipliği yapmış, yerleşik hayatın en erken döneminin başladığı bir tapınak merkezidir.

*Coğrafi konum* bakımından Göbeklitepe, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki Şanlıurfa il sınırları içinde yer alır. Bölge, sınırlarımızla sona ermez, Basra Körfezi'ne doğru Filistin ve Zagros etekleri boyunca devam eder. Güneydoğu Anadolu, "dış kenarında nemli dağlık alanlar, iç kenarında da Suriye Arabistan çölünün kuzeye doğru sokulmuş kesimleriyle hilâle benzeyen bir yayılım alanı gösterir" (Bingöl, 2021: 6). Doğal orman yetişme ortamının sağladığı elverişli koşullar, günümüzde ve geçmişte bölgelerin kesiştiği konumda olan Güneydoğu Anadolu'yu, tabiat ve kültürel çevre yönünden üstün kılmıştır (Erinç, 1980). Göbeklitepe höyüğü, Germuş dağ silsilesinin en yüksek (deniz seviyesine 770 m) noktalarından biri üzerindeki çorak topraklarda kurulmuştur ve Şanlıurfa ilinin 15 km, Karaharabe (Örencik) Köyü'nün 2.5 km kuzeydoğusunda yer alır. Bu höyük, doğuda Tektek Dağları'na, volkanik bir dağ olan Karacadağ'a ve Cülap (Balikh) Çayı'na, güneyde Harran Ovası'na, batıda Fatik Dağlarına ve kuzeyde Urfa tepeleri olarak da bilinen Güneydoğu Toroslar ile Nemrut Dağı'na bakan 9 hektarlık kalkerli sırt

üzerindedir (Clare, Kinzel, Sönmez & Uludağ, 2019; İrim, 2022; Servetbaş, 2022).

*Jeolojik özellikler* bakımından Göbeklitepe'nin bağlı olduğu, eski dünyanın bir bölümüyle birlikte oluşan Şanlıurfa ili, oldukça karmaşık bir yapı sergilemektedir. Üçüncü zamanın sonu dördüncü zamanın (Kuaterner) başlangıcında (Pleistosen) meydana gelen yan basınç ve patlamalar Urfa'yı fazlaca etkilememiş, bulunduğu sert kütle üzerinde biraz yükselen şehir yer yer kıvrımlara uğramıştır. Bu kıvrımlar oluşmadan önce Anadolu'nun bulunduğu sahada Tetis (Thitys) adı verilen bir denizin olduğu değerlendirilen Urfa, Karacadağ'dan fıskırmış bazaltlardan oluşmuştur ve şehrin bir kısmı kalker formasyonu ile kaplıdır (Akıl, 2013: 11).

Germuş Dağları Cülap Suyu havzasının güneyinde Harran Ovası'na uzanmaktadır. Jeolojik olarak Göbeklitepe Höyüğü bu dağların güney kısmında, deniz seviyesinden 770 m yüksekte bir kireç taşı çıkıntısının üzerinde durmakta olup tepe noktası 15 metredir. 587 hektarlık bir alana yayılım gösteren 9 hektar büyüklüğündeki bu yerleşme, 126 hektarlık iç bölgenin sınırlarında yer almaktadır (UNESCO, 2017). Yumrular halinde silekslerin (çakmak taşı) hayli yaygın şekilde görüldüğü saha, jeolojik olarak kalkerlerden oluştuğu için, karstik su kaynakları açısından önemli potansiyele sahiptir (Şahinalp, 2019).

*Fiziki atmosfer* bakımından Göbeklitepe höyüğünün yer aldığı plato, düz ve tümüyle çıplak, tablet benzeri geniş bir kayalık üstünde, tüm yönlere doğru yıldız şeklinde bölünmüş, dik inen yamaçlar ve sarp uçurumlarla çevrelenmiştir (Schmidt, 2007: 108). Bugün suyu bulunmayan yüksek bir platonun üzerine kurulu (Tosyagülü Çelik & Çelik 164) olsa da aslen Neolitik Dönem yerleşkesi olan ve iki vadi arasında yer alan Göbeklitepe'nin, dönemin iklim şartları göz önünde bulundurulduğunda, etrafında bu vadilere doğru akan ve su kaynağı açısından bölgeye önemli bir potansiyel sağlayan çok sayıda dere yatağı olduğu bilinmektedir (Şahinalp, 2019: 871). Ayrıca, kırmızı kahverengi toprak grubunda olan bölgenin platolarında, az kıvrımlı kireç taşıyla aralarına enjekte olmuş bazalt lavları görülmektedir (Akıl, 2013: 10; Bingöl, 2021: 7).

*Antropolojik belgeler* bakımından Göbeklitepe'nin incelendiği son araştırmalarda, tek tip etnik yapının bu bölgeye özgü olmadığı, hatta buradaki şaşırtıcı tasvir sanatının ve mimari üslubun (günümüzden önce yaklaşık 18.000 - 14.000 arasında) "tek bir dili (Türkçe'nin en eski formuyla ilgili olan Arkaik Yenisey-Lena Dili) konuşan küçük halk gruplarının" yaşadığı Altaylar kültür coğrafyasından (Güneri, 2018: 915) taşındığı doğrulanmaktadır. Üstelik, Arkaik Altay Halkları olarak adlandırılan (Berkant, 2020) Çekirdek Sibirya ve Moğolistan'daki bu insan toplulukları, Göbeklitepe



arkeolojik kazılarında örneklerine rastlanan dilgi/ dilgicik temelli taş endüstrilerinin ve mikrodilgi teknolojilerinin en önemli göstergesi olan baskı tekniğinin de yaratıcılarıdır.

*Ortak kültür emareleri* bakımından Göbeklitepe heykelleri ve sütunlarındaki kabartmalar başta olmak üzere, Anadolu'daki arkeolojik buluntularda da rastlanan damga motif ve semboller; Altay, Azerbaycan, Kırgızistan, Moğolistan, Hakasya, Ukrayna, Ural gibi bölgelerdeki buluntularla benzerlik göstermektedir. *Neolitik Dönem Anadolu'sunda Ön-Türk İzleri* adlı eserde karşılaştırmalı görsellerle; Moğolistan Öngüt mezar taşlarında, Kırgızistan Talas yazıtlarında, Kars kilimlerinde ve Erzurum nakışlarında birebir benzerlik gösteren Türk EB ve EM tamgaları (Yelken, 2022), ayrıca Türkiye, Türkmenistan, Moğolistan gibi ülkelerin bayraklarında yer alan eş motifler, Türk kültür birliğini destekler niteliktedir.

### Buluntulardaki Fısıltılar: Göbeklitepe'nin Ruhunu

Göbeklitepe'nin ruhunu hissetmek, keşif alanında somut olarak bulunanlarla orada bulunmanın insanda yarattığı duygu arasındaki bağı kurabilmek demektir. Kültürel bilinçte 'varlık' olarak yorumlanan ruh, bu bağlamda, mekândaki maddi buluntularla orada algılanan maneviyatın köprüsüdür. Bu köprü'nün tasvirinde kullanılan kavramsal modele göre fiziki atmosfer ve arkeolojik kültür boyutları, 'somut buluntular'; ruhani mekân boyutu da somut olmayan unsurları ifade eden 'soyut fısıltılar' olarak değerlendirilmiştir.

Bir yeri diğerinden farklı kılan iklim, bitki örtüsü, topografya ve toprak özellikleri, fiziki atmosfer olarak (Efe, 2002: 30) adlandırılır. Arkeolojik kültür ise, insanlık tarihine ve geçmiş medeniyetlere ait gündelik

yaşam objelerinin tüm materyal kalıntılarıdır (Erdoğan, 2019).

Öncelikle Göbeklitepe'nin fiziki atmosferine (Tablo 1) ve buluntulardan hareketle arkeolojik kültürene (Tablo 2) dair örneklerin çağrıştırdığı kavramlar listelenmiş, ruhani mekân boyutunda (Tablo 3) ise listedeki örneklerden hareketle günümüzün manevi inanışlarında aynı atmosferin ve kültürün izleri aranmıştır.

Göbeklitepe'de somut buluntuları oluşturan fiziki atmosfer öğeleri, Tablo 1'de de yer aldığı üzere, somut olmayan unsurları çağrıştıran ve yerin ruhunu günümüzde yaşatarak bireyde ruhani mekân hissini yaratan imgelerden ibarettir. Bu sebeple, imgelerin birleştiği fiziki atmosfer öğelerinden en belirgin olanları, yaptığı çağrışımlarla beraber aşağıda tek tek çözümlenmiştir. Şaman, keçi cini, alegorik resimler senaryosu gibi henüz betimlerle saptanmamış olanlara tabloda yer verilmediği gibi bu öğeler çözümlenmelere de eklenmemiştir.

### Bereketli Hilâl

Mezopotamya Havzası'nın kuzeyinde Orta Anadolu'yu ve Mısır'a kadar Akdeniz kıyılarını içine alan, Fırat ve Dicle nehirleri arasında kalan hilâl biçimli doğal bölgeye verilen addır. Nehirlerin verimli hale getirdiği "Altın Üçgenin Karnı" da denen (Schmidt, 2007: 285) bu topraklarda insanoğlu ilk kez etkili tarıma başlayarak buğday, arpa, mercimek gibi ürünleri ıslah etmiş ve yerleşik hayata geçmiştir. Tarihçilerin ve arkeologların bu doğal bölgeyi *Verimli Hilâl* olarak adlandırmalarının nedeni de budur (Benedict, 1980: 66). Schmidt (2007: 65), Bereketli Hilâl'i anlatırken eski ev hayvanlarının ve kültür bitkilerine dair bütün yabancı türlerin hep birlikte görüldüğü tek yerin burası olduğundan ve

**Tablo 1.** Göbeklitepe'de Somut Buluntu Çağrışımları: Fiziki Atmosfer

Fiziki Atmosfere Örnekler	Çağrışımlar
<i>Bereketli Hilâl</i>	- Neolitik Çağ - Yerleşik hayat - Mezopotamya - Buğday
<i>Kireçtaşı</i>	- Temizlik - Beyazlık - Arınma - Huzur
<i>Susuz Alan</i>	- İnanca ödül: Kurtuluş - İnançsızlığa ceza: Susuzluk
<i>Kırmızı Toprak</i>	- İnançın ruha ve bedene şifası
<i>Yıgını</i>	- İnanışa göre kırmızı renk: ölüm, korku, tutku, neşe, güç, canlılık
<i>Plato</i>	- Yüceltilmiş bölge - Kürsü
<i>Tepelik/ Yükselti</i>	- Kutsal olanı yüceltme
<i>Kayalık Yüzey</i>	- Güç merkezi - Direnç ve kalıcılık
<i>Çakmaktaşı</i>	- İnançın ateşi - Aydınlanma - Doğruya yönelme
<i>Skarabe Böceği</i>	- Ölüm - Reenkarnasyon (yeniden doğuş)

insanın sadece burada, Eski Dünya'daki ilk Neolitik'in özünü belirleyen tahıl ekimi ya da koyun, keçi, boğa ve domuzun evcilleştirilmesi gibi olayları gerçekleştirebildiğinden bahseder. Arkeobotanik çalışmalarda; "Nevali Çori ve Göbeklitepe gibi yerleşim yeri ve dinsel merkez çevresindeki insanların, tahılların özellikle de buğdayın anavatanı olan Urfa Karacadağ'a yakın bir bölgede yaşadıkları görülmektedir" (Uhri, 2016: 32).

Yarı göçebe, avcı-toplayıcı bir toplumun ürünü (Gezgin, 2012) olan Göbeklitepe'de Bereketli Hilâl; Neolitik Çağ, yerleşik hayatı, buğday ve Mezopotamya'yı çağırıştırır.

### Kireç taşı

Göbeklitepe'nin zeminindeki yaygın görünüm bir mercan resifini andırır; "mercan resifi, üst yüzeyinin oluşumu sırasında deniz seviyesine yakın bulunan bir kireçtaşı sırtı veya tümseğidir ve bu tümsek egemen olarak başta mercanlar olmak üzere, kalsiyum karbonat salgılayan organizmalardan oluşmuş" (Tuzcu & Karabıyıkoglu, 1991: 6) kireç taşından (kalker) başka bir şey değildir. Ovaya yakın en üst kısmında kalın kireç taşı formasyonunun bulunduğu yapısal bir plato görünümündeki Göbeklitepe, ova tabanına göre çok belirgin bir yükseltiye sahiptir (Yetmen & Ateş, 2021). Platonun en yüksek noktasında insanların yaptığı bu kocaman tepede "dağ sırtındaki kireç taşı" (Schmidt, 2007: 20-21), saflığı ve arılığı ifade eden beyazlığıyla gözler önüne serilir. Göbeklitepe'de boyun kısımlarında kırılma izleri olan, bazıları dairesel yapıları kaplayan dolgu toprağın içinde bulunmuş, gerçek boyuta yakın kireç taşından insan başı heykelleri ortaya çıkarılmıştır (Gökkadar, 2022). O yükseltideki saf beyazlık insana; arınarak yücelmeyi, göğe yükseldikçe akça pakça bir hâl alan gökyüzünün verdiği huzuru ve temizlik hissini yaşatmaktadır.

### Susuz alan

"Göbeklitepe, bilinen en yakın su kaynağından oldukça uzak bir noktadaki dağ silsilesinin en yüksek noktasında kurulmuştur" (Notroff, Dietrich, Peters, Pöllath & Köksal-Schmidt, 2015: 34). Göbeklitepe isminin ilk kez geçtiği yüzey araştırmalarında Benedict'in (1980: 137) bölgeye dair tespitlerden biri yine, yakın çevrede su olmadığı yönündedir. Oysa Senozoik zamanın sonunda gerçekleşen yer hareketlerinden önce Şanlıurfa'yı da içine alan bölgede Tetis (Thitys) adı verilen bir denizin bulunduğu (Akıl, 2013: 11), Neolitik Çağ yerleşimi olan Göbeklitepe'de pek çok dere yatağının vadilere doğru akış göstererek o çağda bölgeye zengin su kaynağı sağladığı bilinmektedir (Şahinalp, 2019: 871). Bir kısmı, magmatik kayaç da denen ve Karacadağ'dan fıskırılmış bazaltlardan oluşan şehrin diğer kısmını oluşturan kalker formasyonu, söz konusu de-

nizi ve dere yataklarını doğrulamaktadır (Akıl, 2013). Üstelik Urfa'nın eski ismi Edessa, Trak dilinde "suyu bol" anlamına gelmektedir (Albayrak, 2000).

Çağlar boyu insanoğlunu barındıran, Uludağ'ın (2022) deyimiyle Bereketli Hilâl'in kalbindeki bu çorak topraklarda yaşamın vazgeçilmez kaynağı olan su, inanç için ödülü ya da kurtuluşu akla getirirken susuzluk, inançtan yoksunluğun bedelini/ cezasını ifade eder gibidir.

### Kırmızı toprak yığını

Toprak, bereket kadar ölümü de simgeler. Kırmızı rengiyle ise kanı, dolayısıyla yine ölümü çağırıştır. "Aralarında hafif çökmeler bulunan kırmızı topraktan yuvarlak başlı tepelikler topluluğundan oluşan" (Benedict, 1980: 137) Göbeklitepe'de genel doku, "mora dönüşen gökyüzüyle ters düşen kırmızıya çalan kahverengi topraktır" (Schmidt, 2007: 20). Bu bölgenin kırmızı kahverengi toprak grubundaki platoları, aralarına yayılan az kıvrımlı kireç taşı ve bazalt lavlarıyla bilinmektedir (Akıl, 2013; Bingöl, 2021).

Renklerin insanın ruh dünyasıyla ilgili olduğu, insan psikolojisi ve kişilikle kesin bağlarının bulunduğu günümüz modern bilimi tarafından ortaya konmuştur (Yıldırım, 2006: 130). Dokumacı'ya göre kırmızı renk; gücü, neşeyi, mutluluğu ifade etmekte, kullanıldığı ortamda dinamik, canlı bir etki oluşturmaktadır. Bununla birlikte "kırmızının korkuyu, aşırı öfkeyi, kontrolsüz tutkuyu öne çıkartan, böylelikle kan basıncını arttıran olumsuz etkisi" de vardır (Dokumacı, 2020: 125). Toprak yığınındaki kırmızı rengin ölümü çağırıştırması ve de ölümün kontrol dışı, korku dolu oluşu bir taraftan kırmızının olumsuz enerjisini hissettiren diğer yandan canlılığı mutluluğu ve gücü simgeleyerek ruha ve bedene şifa verir. "Bilinçli olarak toprakla doldurulmuş ve neredeyse bir mezarı andırır biçimde kapatılmış" (Notroff ve ark., 2015: 28) olan bu tapınak alanındaki yaygın kırmızı renk, inancın ruha ve bedene şifasını, ölümün ürperticiliğiyle bir arada sunar.

### Plato/ tepelik/ yükselti

Platolar, akarsu vadileriyle yarıldığı için hem verimli hem deniz seviyesinden yüksek hem de düz alanlardır. Karataş da denen bazalt blokların olmadığı kireç taşıyla dolu, gri beyaz kaya yüzeyli platodan yükselen, neredeyse kartpostal gibi bir tepedir, Schmidt'in tasviriyle Göbeklitepe. Schmidt (2007: 20) ayrıca, bu kireç taşı dağ sırtının, platonun en yüksek noktasında yükseldiğini ve sanki o çevreye ait değilmiş gibi göze battığını belirtir. Germuş Dağları'nın zirvelerine yakın 770 metrelik bir kireç taşı çıkıntısının üzerindeki platoda duran höyüğün tepe noktası 15 metreyi bulmaktadır. Dünyanın en eski tapınak bölgesi olan Göbeklitepe'de

karşımıza çıkan tüm doğal coğrafi oluşumlar, bu tasvirlerle yüceltilmiş bölgeyi, kutsanmış bir kürsüyü çağrıştırmaktadır.

### Kayalık yüzey

Karacadağ'dan fıskırmış bazaltları, tablet benzeri geniş bir kayalık üstünde dik inen yamaçları ve sarp uçurumlarıyla Göbeklitepe'nin kayalık yüzeyleri, yakınındaki diğer dağlar gibi sadece doğa tarafından şekillendirilmiş değil, pek çok insan izi taşıyan yüzeylerdir (Schmidt, 2007: 108, 21). Kayalar gücü, direnci ve kalıcılığı simgeler.

tanıdığımız antenli üçgen kafası olan bir hayvan söz konusudur” (Schmidt, 2007: 160). Bugün de yöre halkı tarafından kutsal tepe olarak bilinen bölgede ölüm ve ötesini, reenkarnasyonu/dirilişi simgeleyen, karasal iklimte özgü skarabe adlı böcekler bulunmaktadır. Kendi kendini doğuran, güneşin gökyüzünde hareketini kumanda eden, bereketin, sonsuz yaşam döngüsünün, erkek üreme gücünün temsili olan skarabe, Mısır'da güneş tanrısı Ra'nın da önemli sembollerindedir. (Gezgin, 2020).

**Tablo 2.** Göbeklitepe'de Somut Buluntu Çağrışımları: Arkeolojik Kültür

Arkeolojik Kültüre Örnekler	Çağrışımlar
Neolitik Çağ	- Bereketli Hilâl - Yerleşik hayat - Mezopotamya
Dikilitaşlar/ Taş Bloklar	- Ölümsüzlük ve güç imgesi - Anıtsal abide
Dromoslar	- Uzun koridorlar - Yaşam ve ölüm arası geçiş
Tapınaklar	- Kutsal yer - Toplumsal sınıflaşma - Ruhsal arınma
Heykel/ Kabartma Figürleri	- Yılan → Ölümsüzlük, kötü ruh - Tilki → Çeviklik, güçlü sezgiler - Kurt → Kötülük ve nefret imgesi - Domuz → Bencillik, cüzzam taşıyıcı - Koç → Koruyucu, kutsal kurban - Su Kuşu → Koruyucu ruh, dinginlik arayışı
Ruh Deliği	- Huzura akış, mangala oyunu
Gömütler/ Taş Mezarlar ve Gömülme Alanı	- Ölülerin mahremiyeti - Ürkütücü karanlık - Skarabe (gübre böceği)
Yonga/ Dilgi Parçaları	- Neolitik Çağ - Yerleşik hayat - Medeniyet
Adak/Sunu Kapları	- İkrarla af dileme - Ruhsal rahatlama

### Çakmak taşı

Yumrular halindeki sileksler (çakmak taşı) sahada hayli yaygındır (Şahinalp, 2019: 872). Binlerce çakmak taşından oluşmuş, parıldayan bir kilimle örtülmüş gibi görünen (Schmidt, 2007: 21) Göbeklitepe'deki çakmak taşlarının ışıltısı; inancın ateşini, aydınlanmayı ve doğruya yönelmeyi imgeler.

### Skarabe böcekleri

Göbeklitepe'de kimi dikilitaş yüzeylerinde yer alan “altı ayaklı böcek türü, şişman batınlı ve böceklerden

### Göbeklitepe'de Arkeolojik Kültür

Göbeklitepe arkeolojik alanı, Sibirya-Göbeklitepe hipotezine göre 30 bin yıl önce Sibirya'dan çıkarak bütün Asya'ya daha sonra Doğu ve Kuzey Avrupa'ya yayılan göçlerin ilk duraklarından ve *Dünyaya Kültür Taşıyan Ön Türk* (Uçkaç, 2022) izlerini taşır. Dokuz Eylül Üniversitesi bünyesindeki Kafkasya Orta Asya Arkeoloji Araştırmaları Merkezi adına 2001 yılında Güney Sibirya'da Orkunyeve kültürünün arkeolojik kalıntıları üzerine başlatılan ve İrkutsk Devlet Üniversitesi Sibirya-Baykal Araştırmaları Enstitüsü, Rusya Bilim-

ler Akademisi, Baykal Bölgesi Araştırmaları Merkezi ve Laboratuvarı'nın katılımlarıyla Moğolistan, Doğu Anadolu, Kuzey Kafkasya, Minusinsk, Angara-Baykal bölgesi, Doğu Türkistan ve Tibet'e kadar geniş bir alana yayılan araştırmalar yapılmıştır. *Dünyaya Kültür Taşıyan Ön Türk Kurultayı*'nda Angara Nehri'nin Yenisey'e döküldüğü Üst-Belaya bölgesindeki Neolitik Çağ yerleşmelerinde yapılan kazılarda Türkler'in Baykal Gölü ve çevresinde yaşadığı netlik kazanmıştır (Güneri, Avcı & Bayburt, 2022a: 78). Türk dili konuşan halkların arkeolojik kültürlerinin emareleri, "Kuzey Asya'dan hareket eden ve Hazar'ın Güney kıyılarını izleyerek Zagroslar bölgesine intikal eden bu kültürel fenomen bölgeden, Güneydoğu Anadolu topraklarına" (Güneri, Avcı & Bayburt, 2022b: 65), Baykal'dan Göbekli'ye kadar görülmüştür.

Göbeklitepe'de somut buluntuları oluşturan arkeolojik kültür öğelerinden en belirgin olanları sunulmakta, yerin ruhunda yarattığı çağrışımlarla beraber Tablo 2'de çözümlenmektedir.

### Neolitik çağ

Bugüne kadar Neolitik yaşam biçimini Batı'ya, Avrupa'ya aktaran bir köprü rolü oynadığı öngörülmekteyken, Anadolu Yarımadası'nın Neolitiğin çekirdek bölgesi olduğu, Göbeklitepe kazılarında ortaya konmuştur (Schmidt, 2007: 8). "Şimdiye dek keşfedilen en erken tarihli insan yapımı kült mimarinin içerisinde bulunduğu höyük", tümü belirli bir süre sonra bilinçli olarak toprakla doldurulmuş, Çanak Çömleksiz Neolitik A Dönemine tarihlendirilen dairesel yapılardan oluşmaktadır (Notroff ve ark., 2015: 28). Fiziki atmosfer öğelerinden biri olan "Bereketli Hilâl" in çağrışımlarından Neolitik Çağ, yarı-göçebe avcı-toplayıcı bir toplumun ürünü Göbeklitepe'de (Gezgin, 2012: 111), arkeolojik kültür açısından değerlendirildiğinde yerleşik hayatı, Mezopotamya'yı ve dolayısıyla Bereketli Hilâl'i çağrıştırmaktadır.

### Dikilitaşlar/ taş bloklar

Göbeklitepe'de boyu yedi metreyi, ağırlığı 50 tonu bulan, üzerinde el ve parmak şekilleriyle hayvan figürleri bulunan T biçimli dikilitaşlar ortaya çıkarılmıştır. Dairesel planda dizilmiş, araları taş duvarlarla örülmüş, ortasında bir çift daha yüksek ve daha büyük (çapları 10 ile 30 metre arasında değişen) dikilitaş bulunan, konumları itibarıyla astrolojiyle ilgilenildiği izlenimi veren (Çobaner, 2022: 70), birbirlerine bakan T biçimli bu dikilitaşlar insan başını betimlemektedir (Schmidt, 2007: 116). Bugüne kadar yedi tanesi gün yüzüne çıkarılan bu yapıların her biri iç içe dairelerden ve aralarındaki dar koridorlardan oluşan tapınak alanlarıdır ve tarihçi turist rehberi Gökkadar'a (2022) göre bazı dikilitaşların, rahiplerin pelerinlerine benzer

özel kıyafet giymiş bir grup insanı simgelediği önerilir. Dikilitaşlar ölümsüzlüğü ve gücü imgeleyen anıtsal abidelerdir.

### Dromoslar

Tümülslerde mezar odasına geçiş için kullanılan dar ve uzun koridorlar ya da koridor benzeri uzun girişlerdir. Göbeklitepe'nin Taş Çağı'na ait dromoslu yapıları için Schmidt (2007: 143), "önünde ilerleyen yolun bir başka bölgeye ölümler ülkesine gitmekte olduğunu gösterir gibidir" ifadesini kullanır. Dromoslar, mezara giden tören yolu görünümünde olup yaşam ve ölüm arası geçişin yansımasıdır.

### Tapınaklar

Göbeklitepe, dini inanışların yerleşik hayata geçip kentlerin kurulmasının ardından değil, öncesinde var olduğunu kanıtlayan bir alandır. Tapınaklar tanrının varlığını, kutsal mihrabını, bu mihrap çevresinde düzenlenen kutsamaları, çeşitli ritüel ve törenleri akla getirir. Schmidt'e (2007: 274) göre "buradaki etkinliğin törenler, koreografi, müziksel eşlik olmadan gerçekleştirilmiş olması düşünülemez". Kullanım ömrü sona erdiğinde başlama/ yeniden doğuş düşüncesinin bir parçası olarak doldurulduğu düşünülen tapınak alanı (Dietrich, Köksal-Schmidt, Kürkçüoğlu, Notroff & Schmidt, 2012: 66), tanrının nasıl görüldüğünü hissettirmese de ona ruhen yaklaşılacak mekândır. Bu kutsal yerlerde, ruhsal arınma kadar toplumsal sınıflaşma da sezilenir.

### Heykel ve kabartmalardaki hayvan figürleri

T biçimli dikilitaşların üzerinde az sayıda akrep, aslan, ceylan, yaban eşeği, köpek, tavşan figürü yer almaktadır (Bingöl, 2021: 58). Farklı yorumlara açık bu figürlerin en belirgin olanları yılan, tilki, kurt, domuz, koç ve su kuşudur (Gezgin, 2012: 112). Felsefi yaklaşımlardan ve kültürel inanışlardan hareketle bu sembollerin neler çağrıştırabileceği şöyle ifade edilebilir:

*Yılan*, "bu yapının hükmeden hayvanı, bekçisidir" (Dietrich ve ark., 2012: 60). Ruhları kontrol etme, ruhani boyuta geçme, ölümsüzlüğün sırrına erme, göğe yükseliş, şifa kaynağı, gençleşmenin simgesi şeklinde değerlendirilebilir. Bunların yanı sıra yılan; kötü ruh, zehir ve ölümün soğuk yüzü çağrışımıyla bilinir.

*Tilki*, güçlü işitme ve koku alma duyusuyla, çevik vücut yapısıyla tanınan, yalnız avlanan, asalet timsali (Konaş, 2020) bir hayvandır. Göge ait bir tanrı olarak görülen ve kurnazlığı sembolize eden tilki Türk mitolojisinde bir kahramanın ölümünden sonra öleceğine inanılan koruyucu ruhtur. Tatar destanlarında "kurnazlık veya hilekârlık" işlevinden öte, kahramana kılavuzluk eden (Çoruhlu, 2019'dan aktaran Keskinsu &



Özşahin, 2022: 941) bu canlı hızı, duyarlılığı ve soyluluğu çağırıştırır.

*Kurt*, bağımsızlığıyla ün salan doğurganlık özelliğiyle soy devamlılığını sağlayan Türkler için lider bir atakültürdür (Mezkit Saban, 2020).

ğitlik (alplik), egemenlik ve kahramanlık sembolüdür (Yücel & Sanal, 2021: 544).

*Su kuşları*, gökyüzünün bilinmeyenini keşfetmek için kanat çırpmasıyla, insanın karmaşık düşünce

**Tablo 3.** Göbeklitepe Ruhundaki Çağrışımlar: Soyut Fısıltılar

Ruhani Mekân Ögelerine Örnekler	
Ziyaret	- İnsanların ruhunu iyileştirir, onlara moral verir ve hayata anlam katar (Kervankıran, Kurnaz & Başçı, 2021: 52). Göbeklitepe farklı bölgelerden gelen insanların ziyaret ettiği bir inanç merkezidir (Köksal Schmidt, 2017).
Ritüel	- Yöre halkının, <i>Fatiha</i> bağışlarız (...) <i>İbadet tam olsun diye Tepe'de karataşlardan tas yapardık (...)</i> <i>Tepe'ye sağlam çıkmak, abdestli çıkmak, (...) Göbekli'de sürü dolaştırmak, tavaf ettirmek iyidir (...)</i> (Kervankıran ve ark., 2021: 45) söylemleri, Göbeklitepe'nin günümüzde bir ritüel merkezi olduğunu gösterir. Geçmişte tapınak yapılarındaki dikilitaşlar oluşturulurken gereken insan gücünü sağlamak için uzlaşarak bir araya gelinmesi, ayrıca burada bulunan adak ve sunu kapları birer ritüel göstergesidir (Schmidt, 2007: 279).
Dua ve ibadet	- İnancın ruha ve bedene şifasını çağırıştıran Bereketli Hilâl topraklarında, dünyadaki en eski doğum yapan kadın figürünün yer aldığı (Kürtçe adıyla 'Gire Mıraza') derde deva aranan bu Tepe'ye, çocuğu olmayan kadınların gelip dua etmesi (Kervankıran ve ark., 2021: 46), tarihin belki de ilk ibadet merkezini günümüzde yaşatmaktadır.
Dilek ağacı	- Ruhsal rahatlama amacıyla ziyaret edilir, dualar eşliğinde ağaca renkli çaput bağlanır. Göbeklitepe'de <i>halk, burada sunulan adakların, dertlerin giderilmesine, dileklerin gerçekleşmesine yaradığına inanmış. Tapınak öğreninin izleri kaybolmuş olsa da ritüelleri derinden akan bir nehir gibi, binlerce yıl öncesinden bugünlere süregelmiş</i> (Günay, 2018)
Kurban	- Tapınak alanında dikkat çeken koç figürüyle ölümü çağırıştıran bu kırmızı topraklar üzerinde ikramla af dilenmesinde kullanılan kutsal ritüellerden birisini ifade eder.
Skarabe böcekleri	- Ölüm ve ötesini, yeniden doğuşu simgeler. Ayinsel amaçlı gömülme alanı ve üstü kapatılan bir tapınak merkezi olan Göbeklitepe'de bu böceklerin görülmesi, bu susuz topraklarda hayatta kalabilmesi bakımından inancın ödül olarak kurtuluşu getirdiği izlenimini verir.
Kutsal alan uhrevi yer	- Dairesel biçimli yapılardan oluşan tapınakları ifade eder. Göbeklitepe'nin gerçekten bir <i>Ölü Kültü Anıtları Alanı</i> olduğu konusunda yoğun veriler bulunmaktadır (Schmidt, 2007: 124).
Buluşma merkezi	- Anadolu'nun farklı obsidiyen kaynaklarından geldiği görülen misafir taş türlerine ev sahipliği yapmasıyla bilinen Göbeklitepe, farklı bölgelerden gelen insanların ziyaret ettiği bir buluşma merkezidir (Köksal Schmidt, 2017).
Dairesel yapı	- Toplumsal sınıflaşmayı anımsattığı gibi tapınma alanlarında yer aldığında çevresinde dönüldüğü izlenimi vermekte, "dini ve ayinsel amaç" (Özalp, 2016: 61) ile tavafı simgelemektedir.

*Domuz*, bencil ve cüzzam taşıyıcısı olarak görülür, iyi gözle bakılmayan, uzak durulan bir hayvandır (Şahin, 2020: 106).

*Koç*, koruyucu özelliğinin yanı sıra tanrıya kurban edilebilecek kutsal hayvandır. Türklerde Gök Tanrı'ya sunulan koyun ve özellikle beyaz koç; güç, kuvvet, yi-

yapısında ruh dinginliğini arayışını betimler. Bu bakımdan genel olarak koruyucu ruhu da temsil eder (Yüksel Halıcı, 2014: 73).

### Ruh deliği/ gömütler/ taş mezarlar ve gömülme alanı

Göbeklitepe'de "ruh deliği" olarak adlandırılan (Schmidt, 2007: 7) ve bu yakıştırmayla huzura akışı çağrıştıran çok sayıda halka yapı vardır. Bunlar, ne amaçla kullanıldığı belli olmayan, taşta oyulmuş haliyle mangala oyun düzeneğini hatırlatan, yüzeye yakın yerdeki ilk buluntulardır (Uluşık, 2018: 174). Taş gömütler, mezar veya ebedi istirahatgâh da denen, taşın soğukluğunun ve ağırlığının ön plana çıktığı yerlerdir. Gömülme alanları veya taş mezarlar; yasakları, karanlık ve kötü işleri, insanlığa felaket getirecek hisleri, ölümün ve ölümlülerin diyarını akla getirir. Ölülerin mahremiyetini çağrıştıran gömütlerde, atmosfer ürkütücü ve karanlıktır. Ölüm ve ötesini, reenkarnasyonu simgeleyen skarabe adlı böcekler de bu bölgeye özgüdür.

### Yonga ve dilgi parçaları

Kesilen, yontulan ya da rendelenen bir şeyden çıkan irice parçalara kamga ya da yonga, yonga çıkartılmak istenen kütlelin uygun bir yerine yerleştirilen ucu sivri ara parçanın arkasına vurularak çıkarılan ince ve uzun, paralel kenarlı yongalara ise dilgi adı verilir. Başlıca kesiciler olarak yongaların olasılıkla avlanan hayvanın parçalanmasında, bitkilerin kesilmesinde, bazı hayvan kemik fosillerinden ilik çıkarılmasında kullanıldığı anlaşılmaktadır (Sökmen & Bakırcı, 2013).

Güneri ve ark. (2022b: 65), Bereketli Hilâl'in Doğu kanadında aniden ortaya çıkan 'baskı tekniği taş alet endüstrileri'nin bölgesel yayılımının bir ayağını oluşturduğunu ifade eder. Sibiryâda ortaya çıkarak Avrasyâda geniş alanlara yayılan mikro bıçaklı taş alet endüstrisinin yayılma hatlarından biri olan İpek Yolu üzerindeki (Güneri ve ark., 2022b: 63). Schmidt (2007: 21) Göbeklitepe'de, "kilim gibi zemine yayılmış olanların parçalanmış çakmak taşı yumruları değil; yongalar, dilgiler ve çekirdek taşlardan, yani insanların yaptığı aletlerden kopma parçalar" olduğunu ifade eder. Bereketli Hilâl'in höyük zemini, yerleşik hayatın ve Neolitik Çağ'ın medeniyet emareleri olan bu yonga ve dilgi parçalarıyla adeta bezenmiştir.

### Adak/ sunu kapları

Gökkadar, Göbeklitepe'deki arkeolojik buluntuların; heykeller, figürinler, bakır ya da malahit cevherleri, oluk ve lif bezemeli kil ve taş kaplar gibi sunu objeleri olduğunu kaydeder. Bu sunu kapları, kurbanı ya da dinsel tören sırasında içilen kutsal suyu akla getirse de bağışlanma için bir yakarış aracıdır. Adak kapları olarak geçen oyuklar dünyevi günahları olumlayacak, karşılıksız ikram ve armağanı çağrıştıdır. İkramla af dilemek, ruhsal rahatlamayı da beraberinde getirir.

### Göbeklitepe'de Ruhani Mekân

Göbeklitepe'deki somut buluntulardan belirgin örneklerin yer aldığı Tablo 1 ve 2'de, o yerin ruhunu

tasvir eden çağrışımlar ifade edilmeye çalışılmıştır. Ruhani mekânı betimleyen soyut fısıltılarda da keskin sınırlarla birbirinden ayırlanamamakla birlikte, Tablo 3'te sunulan benzer çağrışımlar ortaya çıkar.

Göbeklitepe'de fiziki atmosfere ve arkeolojik kültüre dair örneklerin sunulduğu ilk iki tabloda kavram listesi tablo içinde yer almakta ve sonrasında kavramlar açıklanmaktayken, Tablo 3'te sunulan günümüzün manevi inanışlarında aynı atmosferin ve kültürün izlerini fısıldayan çağrışımlar tablo içinde açıklanmıştır.

### SONUÇ

Bu araştırmada, yer teorisi ve yerin ruhu kavramından hareket edilerek antik köyler için geliştirilen Jiang ve Lin'in (2022) kavramsal modelindeki boyutların Göbeklitepe örneğine uyarlanması amaçlanmıştır. İnsanlık tarihinin tespit edilen en erken yerleşim dışı kült merkezlerinden biri olan Göbeklitepe gibi arkeolojik alanlarda, mirasın sürdürülebilirliği, tanıtımı ve aktarımı, maddi buluntular arasında saklı kalan maneviyata duyulacak hassasiyetle mümkündür. Mekândaki maddi buluntularla orada algılanan maneviyatın köprüsü, kültürel bilinçte 'varlık' olarak yorumlanan ruhla kurulur. Göbeklitepe'de bu köprü tasvir edilirken öncelikle, "Bereketli Hilâl, kireç taşı, susuz alan, kırmızı toprak yığını gibi" fiziki atmosfere ve "Neolitik Çağ, dikilitaşlar, tapınaklar, heykellerdeki ve kabartmalardaki hayvan figürleri, ruh deliği" gibi arkeolojik kültüre ait örneklerin çağrıştırdığı kavramlar belirlenmiştir. Bunlardan hareketle, günümüzde ruhani mekânı yansıtan "ziyaret, ritüel, dua ve ibadet, dilek ağacı, kurban, uhrevi yer ve buluşma merkezi" gibi aynı atmosferi yaratan kültür izleri sürülmüştür. Bu soyut fısıltılara kulak vermek, bilhassa arkeolojik alanlarda yerin ruhunun korunması ve sürdürülebilirliği noktasında, kültürü turizmle bütünleyecek yegâne unsurdur.

Yerin ruhunu günümüzde yaşatan soyut fısıltılar, yalnızca fiziki boyutla varlık göstermez, aynı zamanda geçmişin izlerini günümüz göreneklerini ve inanışlarını oluşturan kültürel öğelerde barındırarak insanda ruhani mekân hissini yaratır, o yerle birey arasında duygusal bağ kurar. Yerlerin, insanların ortak deneyimleri, istek ve pratikleri sonucunda karakter ve sembolik anlam kazanmasının sebebi de budur. Göbeklitepe'nin karakterinin ziyaretçisinde yarattığı hisle, bu hissin orada yaşayanlara tanımladığı kimlik, ruhani mekân unsurlarını ortaya koyar. Paylaşılan deneyimlerse ortak belge kaydedilerek toplumsal kimliği oluşturur. Toplum kültürlerinin ve kimliğinin doğru ve yeterli tanıtımında turizm başat rol oynar. Mekânların ruha dokunan yönleriyle birlikte tanıtılması, madden ve manen korunması turizmde elzemdir. Göbeklitepe'nin turizmde açılması sırasında sessiz bir ziyaret ortamı sağlanması, alan yönetimindeki asıl hassasiyeti ve güçlüğü yaratan

yoğunluğu kazı alanının dışında tutacaktır. Böylelikle mekânın ruhunu yansıtarak farklılığını gösteren tüm özelliklerin bir arada düşünülüp ortaya çıkarılması ve buluntuların sergilenmesi sırasında bu ruhun korunup yansıtılması mümkün olacaktır.

Arkeolojik alanların “görünürlük” ve “anlaşılabilirlik” sorunu (Keskin & Tanaç Zeren, 2018: 111), bu sayede çözümlenebilir. Mekânların, ruhunu yansıtan imgelerle hafızalarda yer etmesi, kültürel mirasın korunarak gelecek nesillere aktarılabilirdiği, sürdürülebilir turizm anlayışıyla mümkündür. Göbeklitepe, Türk ortak kültürünün ve mirasının dünyaya daha iyi tanıtılmasını ve yaşatılmasını sağlayacak olan en uhrevi mekânlardandır.

Bu çalışmada Göbeklitepe’de yerin ruhunun fiziki atmosfer, arkeolojik kültür ve günümüze uzanan ruhani mekân yansımalarıyla değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, çalışma sonuçlarının daha sonraki yıllarda ampirik araştırmalarla desteklenmesinin uygun olacağı düşünülmektedir. Zira, elde edilen bulguların ziyaretçilerin deneyimleriyle örtüşüp örtüşmediği test edilememiştir. Çalışmadaki bu önemli sınırlılık gelecekteki araştırmalarla ortadan kaldırılabılır niteliktedir. Özellikle, Göbeklitepe’nin, ziyaretçilerde yarattığı ruhsal etkiyi belirlemeye yönelik araştırmalarla desteklenmesi halinde, bu çalışma alanyazında önemli bir dayanak olacaktır. Dahası tarihi ve kültürel alanların ruh tasvirinin kültürel mirası korumak ve aktarmak açısından önemi kavrandığında, toplumda farkındalık oluşacaktır.

Araştırma sonuçlarının turizm endüstrisinde anlam bulabilmesi, ancak sürdürülebilir turizm anlayışıyla mümkündür. Ziyaretçiler yanında, yerin çağrıştırdıklarının, bölgedeki konaklama işletmeleri, seyahat acentası, yiyecek- içecek işletmeleri gibi endüstrinin paydaşları tarafından da önemsenmesi, özümsemesi ve yaygınlaştırılması gerekmektedir. Örneğin restoranlarda yiyeceklerin Göbeklitepe’yi çağrıştıran adak ve sunu kapları biçimindeki tabaklarda sunulması, konaklama işletmelerinde Göbeklitepe’yi hatırlatacak koku, ses ve görsellerin kullanılması, sütunlardaki imgelerin takı ve süs eşyalarına işlenmesi, Göbeklitepe’nin ruhunu korumak ve yaşatmak açısından etkili olacaktır. Ancak, burada dikkat gerektiren, gelişen turizmin yerin ruhunu değiştirmedeki yadsınamayacak olumsuz etkisidir. Günümüzde bu ruhu korumak ve yaşatmak bireysel ve toplumsal sorumluluktur. Tüm dünyanın ortak mirası olarak UNESCO dünya mirası listesine giren Göbeklitepe’nin farklı bir bakış açısı ile ele alındığı bu keşifsel çalışmanın başka araştırmalara yol gösterici olması ve diğer araştırmacıları cesaretlendirmesi beklenmektedir.

## KAYNAKÇA

Akıl, A. (2013). Kızılkuyu Yaban Hayatı Geliştirme Sahası (Şanlıurfa) Florası, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Harran Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Harran.

Albayrak, Y. (2000). Antik Dönemde Edessa, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Ben Hadj Salem, M. & Chtara, C. (2018). Le Paysage Sonore Comme Révélateur de l’Esprit du Lieu: Une Sécrétion Latente, *Vertigo*, 18(3), 1-28.

Benedict, P. (1980). Güneydoğu Anadolu Yüzey Araştırması (Levha 1-23). H. Çambel & R. J. Braidwood (Ed.), *Güneydoğu Anadolu Tarihöncesi Araştırmaları İstanbul ve Chicago Üniversiteleri Karma Projesi İçinde* (ss. 107-149), İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları No: 2589.

Berkant, E. B. (2020). Genetik ve Arkeolojik Araştırmalar Işığında Üst Paleolitik Çağda Arkaik Altay Halklarının Doğu Sibirya’dan Göçleri, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Borkowski, K., Seweryn, R. & Grabińska, E. (2017, 22-23 February). The Significance of Genius Loci in Tourism (On the Example of Krakow in The Years 2012-2016), Paper presented at the 12th International Conference: Topical Issues of Tourism. Tourism As A Crossroads of Knowledge“ Peer-reviewed Conference Proceedings of the International Conference City of Jihlava (Czech Republic).

Bingöl, E. (2021). Güneydoğu Anadolu’da Neolitik Dönem Dikilitaş Geleneği: Bağlamsal Yaklaşımla Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme, *Anadolu Araştırmaları*, 25, 27-59.

Casey, E. S. (1998). *The Fate of Place: A Philosophical History*, University of California Press, California.

Christou, P. A., Farmaki, A., Saveriades, A., & Spanou, E. (2019). The “Genius Loci” of Places that Experience Intense Tourism Development, *Tourism Management Perspectives*, 30, 19-32.

Clare, L., Kinzel, M., Sönmez, D. & Uludağ, C. (2019). Göbekli Tepe: UNESCO Dünya Miras Alanı ve Değişen Yaklaşımlar, (S. Yelözer, Çev.), *Mimarlık Dergisi*, 405, 14-19.

Çobaner, B. (2022). Arkeolojik Alanların Korunması ve Sunumunda Mimari Yaklaşımlar: Çağdaş Yapının Geçmişle Diyalogu, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Bursa.

Çoruhlu, Y. (2019). *Türk Sanatında Hayvan Sembolizmi*, Ötügen Neşriyat, İstanbul.

- Dietrich, O., Köksal-Schmidt, Ç., Kürkcüoğlu, C., Notroff, J. & Schmidt, K. (2012). Önce Kutsal Alanlar, Sonra Şehirler Kuruldu, *Aktüel Arkeoloji*, 27 (Mayıs-Haziran), 53-68.
- Dokumacı, M. (2020). Renklerin İnsan Yaşamındaki Etkileri ve Renklerin Tarih Boyunca Yolculuğu, *Takvimi Vekayi*, 8(2), 120-131.
- Efe, R. (2002). Coğrafyada Beş Temel Kavram ve Bunların Öğretim Metot ve Teknikleri, *Marmara Coğrafya Dergisi*, 5, 27-42.
- Erdoğan, H. A. (2019). Konya'daki Arkeolojik Kültür Varlıklarının Turizme Kazandırılması. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Erinç, S. (1980). Kültürel Güneydoğu Anadolu. H. Çambel & R. J. Braidwood (Ed.), *Güneydoğu Anadolu Tarihöncesi Araştırmaları İstanbul ve Chicago Üniversiteleri Karma Projesi* içinde (ss. 65-82), İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları No: 2589, İstanbul.
- Fadamiro, J.A. & Adedeji, J.A. (2016). Cultural Landscapes of the Yoruba of South-Western Nigeria Demystified as Solidified Time in Space, *Space Cult.* 19, 15-30.
- Gezgin, D. (2020, 2 Haziran). Yeniden Hayat. Aktüel Arkeoloji. Erişim Adresi: <https://aktuelarkeoloji.com.tr/kategori/bir-mitos/yeniden-hayat>, Erişim Tarihi: 05.11.2022.
- Gezgin, İ. (2012). *Fallusun Arkeolojisi: Doğal Olanın Kültüre, Kültürün İktidara Dönüşümü*, Sel Yayıncılık, İstanbul.
- Gökkadar, T. (2022). *Göbeklitepe hakkında telefon görüşmesi*. 15 Kasım 2022.
- Günay, E. (2018, 14 Mayıs). Dilek ağacının altında dünyanın en eski tapınağı. Hürriyet, Erişim Adresi: [Dilek ağacının altında dünyanın en eski tapınağı | Ertuğrul GÜNAY Köşe Yazısı - Hürriyet Haberler \(hurriyet.com.tr\)](https://www.hurriyet.com.tr/ertugrul-gunay-kose-yazisi-hurriyet-haberler), Erişim Tarihi: 14.01.2022.
- Güneri, A. S. (2018). *Türk-Altay Kuramı: Arkeolojik Belgeler Işığında Kuzey Asya'da Türklerin Erken Kültür Tarihi*, Kaynak Yayınları, İstanbul.
- Güneri, A. S. Avcı, A. & Bayburt, A. Z. (2022a). Dokuz Eylül Üniversitesi Adına Yapılan 2019-2021 Sibirya Araştırmalarına Ait Sonuçlar, *Arkeoloji ve Sanat*, 169 (Ocak-Nisan), 77-104.
- Güneri, A. S., Avcı, A. & Bayburt, A. Z. (2022b). İpek Yolu Üzerinden Yakın Doğu'ya Sibiryalı Üst Paleolitik Çağ Göçleri, *BRIQ Kuşak ve Yol Girişimi Dergisi*, 3(4), 62-74.
- Horata, O. (2017). Türk Dünyası'nın Kültürel Ufukları: Tarihsel Bağlam İçinde Genel Bir Değerlendirme, *Bilgi*, 82(Yaz), 117- 131.
- ICOMOS (2022). Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi Türkiye Milli Komitesi Hakkında. Erişim Adresi: <https://www.icomos.org.tr/?Sayfa=Icomos&dil=tr>, Erişim Tarihi: 03.10.2022.
- Işıltan, F. (1960). *Urfa Bölgesi Tarihi*, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayını, İstanbul.
- İrim, B. (2022). Çanak Çömleksiz Neolitik Döneme Ait Harbetsuvan Tepesi Çakmaktaşı Yontmataş Alet Endüstrisi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İğdır Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İğdır.
- Jiang, Z. & Lin, D. (2022). Genius Loci of Ancient Village from the Perspective of Tourists Experience: Scale Development and Validation, *International Journal of Environment Research and Public Health*, 19, 1- 18.
- Karasar, N. (1994). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler*, 6. Basım. 3A Araştırma Eğitim Danışmanlık Ltd., Ankara.
- Kervankıran, İ., Kurnaz, Z. & Başçı, İ. (2021). Bir Yer Olarak Göbekli Tepe'nin Ötekileş(Tiril)En Son Sakinleri”, *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 24(3): 29-63.
- Keskinsu, G. & Özşahin, M. (2022). Tatar, Başkurt, Çuvaş Destanlarında Hayvanlar ve İşlevleri, *Folklor Akademi Dergisi*, 5(3), 931-946.
- Keskin, Y. & Tanaç Zeren, M. (2018). Arkeolojik Alanlarda Bir Sunum Yöntemi Olarak “Arkeoparklar”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Mimarlık Bilimleri ve Uygulamaları Dergisi (MBUD)*, 3(2), 110-124.
- Konaş, D. (2020, 27 Nisan). Tilki hakkında bilmeniz gerekenler. Tek Başına da Olur. Erişim Adresi: <https://www.tekbasinadaolur.com/tilki-hakkinda-bilmeniz-gerekenler/>, Erişim Tarihi: 25.12. 2022.
- Kozak, M. (2014). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Köksal Schmidt, Ç. (2017, 14 Ağustos). Göbeklitepe'nin üç taşı, üç rengi. Erişim Adresi: <https://urfahizmet.com/gobeklitepenin-uc-tasi-uc-rengi.html>, Erişim Tarihi: 6.10.2022.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022). Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunması Sözleşmesi. (1983). 14.04.1982 tarih ve 2658 sayılı Kanunla katılmamız uygun bulunan bu Sözleşme, 23.05.1982 tarih ve 8/4788 sayılı Bakanlar Kurulu Kararıyla onaylanarak, 14.02.1983 tarih ve 17959 sayılı Resmî Gazete'de yayınlanmıştır. Erişim Adresi: <https://teftis.ktb.gov.tr/TR-263665/dunya-kulturel-ve-dogal-mirasin-korunmasi-sozlesmesi.html> Erişim Tarihi: 25.12.2022.



Lianto, F., Priyomarsono, N. W., Nuramin, L., & Wiratno, B. (2021). Ensuring Genius Loci based on Spatial Experiences of Three Resorts in Ubud, Bali, Indonesia, *ISVS e-journal*, 8(1), 47-63.

MacLeod, N. (2021). 'A Faint whiff of Cigar': the Literary Tourist's Experience of Visiting Writers' Homes, *Current Issues in Tourism*, 24 (9), 1211-1226.

Mahendarto, T. (2018). Indonesia's Construction Ripple Phenomenon: How it Affects Yogyakarta's Genius Loci. In *6th Annual International Conference on Architecture and Civil Engineering (ACE 2018)*. Singapore.

Mezkit Saban, G. (2020). Türk Kültüründeki İlahi Varlık Kurt Ana ve Kurt Ata'nın Anadolu Geleneklerindeki Doğum Pratiklerine Etkisi Üzerine Bazı Tespitler, *Kesit Akademi Dergisi*, 6 (24): 232-240.

Norberg-Schulz, C. (1979). *Genius Loci- Towards A Phenomenology of Architecture*, Rizzoli, New York.

Notroff, J., Dietrich, O., Peters, J., Pöllath, N. & Köksal-Schmidt, Ç. (2015). Uygarlığın Doğusunda Neolitik Şölenlerin İzleri: Göbeklitepe: Dünyanın En Eski Tapınım Alanı ve Besin Üretimini Başlangıcı, *Aktüel Arkeoloji*, 28-41.

Ölçer Özünel, E. (2013). Yeni Miras'lar ve Uluslararası Sözleşmelerde Sürdürülebilir Kalkınma Stratejileri, *Milli Folklor*, 100(Kış), 14-30.

Özalp, H. (2016). İnsanlığın En Eski Tapınağı Göbeklitepe Teolojik Olarak Bize Ne Söyler?, *Bilimname*, XXX(1), 59-74.

Raimondo, S., Rea, L., & Wang, Y. S. (2022). Taijiqian, Genius Loci and tourism: A Participant Observation about Chenjiagou, *Revista de Artes Marciales Asiaticas*, 17(1), 50-72.

Sak, R., Şahin Sak, İ. T., Öneren Şendil, Ç. & Nas, E. (2021). Bir Araştırma Yöntemi Olarak Doküman Analizi, *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4(1), 227-256. <http://doi.org/10.33400/kuje.843306>.

Schmidt, K. (2007). *Taş Çağı Avcılarının Gizemli Kutsal Alanı Göbekli Tepe: En Eski Tapınağı Yapanlar*, (R. Aslan, Çev.), Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul.

Servetbaş, İ. (2022). Şanlıurfa Göbeklitepe Kentsel Arkeolojik Sit Alanı ve Örencik Mahallesi Arkeopark Model Önerisi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gaziantep.

Skinner, H (2011) In Search of the Genius Loci: The Essence of a Place Brand, *The Marketing Review*, 11 (3), 281-292.

Silva, K. D. (2015). The Spirit of Place of Bhaktapur, Nepal, *International Journal of Heritage Studies*. 21, 820-841.

Sökmen, M.A. & Bakırcı, Ç.M. (2013, 19 Eylül). Anahatları ile Yontmataş Teknolojisi. Erişim Adresi: <https://evrimagaci.org/anahatlari-ile-yontmatas-teknolojisi-1407>, Erişim Tarihi: 28.12.2022.

Steele, F. (1981). *The Sense of Place*, CBI Publishing Company, Inc., Boston, Massachusetts.

Şahin, G. (2020). Türk Dünyasında Domuz (Sus Scrofa Domesticus) Yetiştiriciliği ve Türk Kültüründe Domuz, *Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi*, 5(9), 104-122.

Şahinalp, M. (2019, 29 Kasım- 1 Aralık). Göbeklitepe Arkeolojik Sit Alanının Yer Seçimi Üzerinde Rol Oynayan Doğal Ortam Özellikleri, Sözlü Sunum 4. Uluslararası GAP Sosyal Bilimler Kongresi, Şanlıurfa.

Tekin, A. (2021). Toplanma Alanı Teorisinin Göbeklitepe Örneği Üzerinden Değerlendirilmesi, *Gorgon Dergisi*, 14(Mayıs), 29-58.

Tosyagülü Çelik, H. & Çelik, B. (2020). Şanlıurfa. Tek Tek Dağları Neolitik Dönem Fauna ve Florasına Genel Bir Bakış, *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 47(Autumn), 159-168.

Turgeon, L. (2009). *The Spirit of Place: between Tangible and Intangible Heritage. L'Esprit du Lieu: Entre le Patrimoine Matériel et Immatériel*, Québec, Les Presses de L'Université Laval.

Tuzcu, S., & Karabıyıkoglu, M. (1991). Resifler: Genel Karakterleri, Fasiyesleri, Evrimi ve Ekonomik Önemi, *Jeoloji Mühendisliği Dergisi*, 38, 5-38.

Uçkaç, N. (2022, 11-13 Haziran). Dünyaya Kültür Taşıyan Ön Türk Kurultayı: Göbeklitepe'de taş alet teknolojisi. Erişim Adresi: <https://www.milliyet.com.tr/vitrin/gobeklitepede-tas-alet-teknolojisi-6778787>, Erişim Tarihi: 25.06.2022.

Uhri, A. (2016). *Arkeolojik, Arkeometrik, Dilsel, Tarihsel ve Etnolojik Veriler Işığında Anadolu Mutfak Kültürünün Kökenleri*, Ege Yayınları, İstanbul.

Uludağ, C. (2022). Bereketli Hilalin Kalbi Göbeklitepe. Erişim Adresi: <https://trdergisi.com/bereketli-hilalin-kalbi-gobeklitepe/>, Erişim Tarihi: 21.11. 2022.

Uluşık, Y. P. (2018). Mangala Oyunu Hakkında Bir Değerlendirme, *TURAN-SAM Uluslararası Bilimsel Hakemli Dergisi*, 10(39- Yaz), 173- 186.

UNESCO. (2017). *Nomination for Inclusion on the World Heritage List, Nomination Text, Göbekli Tepe*, 5-10.

Usta, G. (2020). Mekân ve Yer Kavramlarının Anlamsal Açından İrdelenmesi, *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 10(1-January), 25-30.

Volgger, M. (2019), Staging Genius Loci: Atmospheric Interventions in Tourism Destinations, Volgger, M. and Pfister, D. (Eds.) *Atmospheric Turn in Culture and Tourism: Place, Design and Process Impacts on Customer Behaviour, Marketing and Branding (Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research, Vol. 16)*, Emerald Publishing Limited, Bingley, 139-151. <https://doi.org/10.1108/S1871-317320190000016016>

Warburton, N. (2017). *Felsefenin Kısa Tarihi*, (G. Ateşoğlu, Çev.), Alfa Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.

Yelken, K. (2022). Göbeklitepe-10 Öntürklerin İzleri. Erişim Adresi: <https://www.kenanyelken.com/gobeklitepe-onturkler-tamgalar>, Erişim Tarihi: 25.12.2022.

Yetmen, H. & Ateş, D. (2021). Göbekli Tepe ile Karahan Tepesi'nin Jeomorfolojisi ve Doğal Ortam Koşullarının Erken Neolitik Dönem Yaşamı Üzerindeki Etkileri, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(123-Aralık), 121-141.

Yıldırım, A. (2006). Renk Simgeliği ve Şeyh Gâlib'in Üç Rengi, *Millî Folklor*, 18(72- Kış), 1 -18.

Yücel, M. & Sanal, Ş. (2021). Selçuklu Dönemi Eserlerinde Hayvan Sembolleri: Ahlat Müzesi Örneği, *Mersin Üniversitesi Tıp Fakültesi Lokman Hekim Tıp Tarihi ve Folklorik Tıp Dergisi*, 11(3), 535-545.

Yüksel, A. (2019). Turizm Akademisinde Yanılsamalar, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(2), 340- 351.

Yüksel Halıcı, G. (2014). Gök Tanrının Temsilcileri: Koruyucu Kuşlar, *Folklor/Edebiyat*, 20(77), 71-81.

**Destek Bilgisi:** Bu çalışmanın hazırlanması süresince herhangi bir bireyden ya da kurumdan aynı ya da nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm Akademik Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

**Bilgilendirilmiş Onam Formu:** Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

**Etik Kurul Onayı:** Bu araştırma etik kurul kararı gerektirmeyen araştırmalar arasında yer almaktadır.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** Çalışma üç yazarın ortak katkısı ile hazırlanmıştır

1. Yazar = 35%
2. Yazar = 35%
3. Yazar = 30%

## EXTENSIVE SUMMARY

### The Spirit of Göbeklitepe in the Spatial Dimension of Cultural Heritage

Hatice GÜÇLÜ NERGİZ\*, Fidel TOKER,  
Meryem AKOĞLAN KOZAK

#### Introduction

The concept of cultural heritage expresses the social memory and identity formed by the cultural accumulation of the society. Culture, one of the terms of culture and heritage that make up this concept, is the accumulation of all material and moral values in the historical development process of the society, and it is continuous. There is vitality and movement in the nature of culture, which is shaped and transformed according to the place, the individual, and the situation. Heritage, on the other hand, is static and refers to the past or the remnant of the past (Ölçer Özünel, 2013: 15). The formation of a cultural accumulation that determines social identity depends on the transfer of all material and moral heritage throughout generations. Collective memory formed by cultural accumulation is the identity that every society preserves from generation to generation through education and behavior (Horata, 2017: 118). As in the example of Göbeklitepe, which is the subject of this study, the way to reveal the identity/spirit of the place in historical exploration areas open to tourism passes through concrete as well as intangible elements that can shape the cultural heritage and social memory of the society. Drawing attention to this issue is the main focus of this study. Science today accepts space as a set of relations with the addition of the concepts of existence/place/memory (Usta, 2020: 26). For Göbeklitepe, the concept of place will first be examined as a dimensional space in terms of geographical, geological, and physical aspects, and then it will be discussed with a perceptual space dimension that will include the whole of psychological and spiritual relations.

The concept of place is accepted as spaces that contain human experience with a general approach; there is a feeling in the concept of place (Usta, 2020: 25). In the words of Yüksel (2014: 343), "tourism is a spiritual journey rather than a material one". In this journey, as much as the destination, the reasons that lead the person to travel and draw him to the place he goes are also important. your life; physical, social, psychological, philosophical, historical, environmental, ideological, etc. spaces that bear traces of many dimensions, contain experiences (Usta, 2020: 26).

As the experiences of the destination, which correspond to the spirit of the place, are mixed with those of the person going, as all the attraction elements of that place are adorned with historical and cultural accumulation, the spirituality of the journey and the spirit of the place of visit gain importance.

The theoretical background of this study is based on Norberg-Schulz's theories of place, the concept of the spirit of place, and the conceptual model developed by Jiang and Lin to define the spirit of place. The physical atmosphere, archeological culture, and spiritual elements of the model were evaluated in terms of this location. The contribution of this research to fill the gap in the tourism literature on the spirit of place is twofold. First, the concept of the spirit of place, which is difficult to explain rationally, is addressed in the archeological site of Göbeklitepe, which is still under excavation. Another contribution is that this issue, which has been examined in a single dimension with a limited number of studies in tourism (Christou et al., 2019; Fadamiro & Adedeji, 2016; MacLeod, 2020; Raimondo, Rea, & Wang, 2022; Silva, 2015), is a multi-dimensional re-adaptation of Jiang and Lin's (2020) conceptual model for Göbeklitepe. With the model presented, it is thought that the study will form a basis for further cultural heritage research. In this context, the concept of place for Göbeklitepe is first examined as a space with geographical, geological, and physical dimensions, and then with a perceptual space dimension that will include all psychological and spiritual relationships.

#### Method

In this study, in which the concepts reflecting the spirit of the place are determined by qualitative research method on the basis of a model, the case study method (Kozak, 2014: 32) was adopted and Göbeklitepe was chosen as the sample place. The spirit of place is expressed as a protective power that gives life to places, follows them from birth to death, and determines their nature and essence. Emphasizing that each location in Göbeklitepe has its own unique character, the physical atmosphere, archeological culture, and spiritual elements of the place were defined. For this purpose, official websites of institutions, scientific studies (articles, books, reports, thesis), promotional brochures, interview texts, presentations, and various news texts from the sites of people conducting scientific research in the excavation area were examined.

Traces of lifestyle and habits that reveal in the finds from the excavations of Göbeklitepe dating back 12 thousand years, presented with books, brochures, films, documentaries, and virtual applications, arouse the feeling of traveling in the past in individuals.

\* Corresponding author at: Corresponding author at: Kocaeli University, Tourism Faculty, Department of Tourism Management, Kocaeli, E-Mail Address: hg.nergiz@kocaeli.edu.tr

Considering that the places are known for their customs and traditions in their history and their spirits are kept alive, this trip is very valuable in terms of social memory. In fact, the past of a place never changes, only the story of that place is told differently, with generations judging with feelings and interpreting history differently. With the collection of memories and cultural symbols of the human communities that lived in a region, places become a storehouse of the past. Warehouse products are transformed and internalized for generations, creating social memory and culture. Transferring social memory and identity, i.e., heritage with all its material and spiritual elements, means transporting tradition and culture from the past to the present.

In mystical geographies like Göbeklitepe, the importance of the narratives reflected in the speeches of the local people, the daily lifestyles, and the beliefs of the region in revealing and keeping alive the spirit of the place is as significant as revealing and exposing the signs of the life of the inhabitants of this place thousands of years ago. Transmitting a culture is like drawing today's model from yesterday's threads and being able to weave tomorrow's cocoon with them. The essence of this study, which examines the cultural heritage of Göbeklitepe in terms of Turkey and Turkic countries, is to build the spiritual bridge of Göbeklitepe through the reflections of the spiritual space traced in the physical atmosphere and the archeological cultural elements. "Fertile crescent, limestone, dry land, red soil heap, plateau/hilly/elevation, rocky surface, flint, skarabe" constitute the examples of physical atmosphere at Göbeklitepe, while "Neolithic age, obelisk/stone blocks, dromos, temples, statues and reliefs "animal figurines, spirit hole, stone burials/tombs and burial area, flake/blade fragments, votive/offering pots" are examples of archeological culture. The character of Göbeklitepe is formed by the combination of the physical atmosphere and the elements of the archeological culture with the feeling created by the human being and the identity that it defines at the place, hence the elements of space witty. These elements are defined as "visit, ritual, prayer and worship, wishing tree, sacrifice, scarabs, place of pilgrimage and worship, sanctuary, otherworldly place, center of belief and encounter".

In this exploratory study, which will contribute to the preservation and promotion of Göbeklitepe cultural heritage with its physical and spiritual texture, in which a spiritual approach is adopted, the three-dimensional conceptual model of Jiang and Lin (2022: 5) has been used because it reflects the features that best express basic information. The concept of the spirit of the place, which gives originality to a settlement, emerges in three different dimensions in tangible and intangible cultural

heritage. Within the scope of this study, the physical atmosphere, spiritual homeland, and architectural culture dimensions in Jiang and Lin's conceptual model (replaced with the concept of spiritual homeland/spiritual space, architectural culture/ archeological culture) are discussed.

### Results

The preservation and sustainability of the spirit of place, especially in archeological sites, is the only way to integrate culture into tourism. It is essential for tourism, which plays a leading role in the correct and adequate transmission of community cultures, to promote places with their spiritual aspects and to protect them materially and spiritually. When Göbeklitepe was opened for tourism, the silence and clarity of the visiting environment was imagined, and it was recommended to maintain the density outside the excavation area. It has been stated that the main sensitivity and difficulty in this matter is to consider and present all the characteristics that reflect the spirit of the place and reveal its differences. This is only possible with a sustainable tourism approach, where cultural values can be preserved and passed on to future generations, and places are commemorated with visuals that reflect their spirit.

### Conclusion

Introducing places with their soul-touching aspects and protecting them materially and spiritually are essential to tourism. Regarding the opening of Göbeklitepe to tourism, Schmidt dreamed of a "quiet and clear visiting environment" and made his will to keep the density out of the excavation area. Thus, he drew attention to the fact that the main sensitivity and difficulty in the management of the site is to consider and reveal all the features that show the difference by reflecting the spirit of the space, and to preserve and reflect this spirit while exhibiting the finds. The problem of "visibility" and "intelligibility" of archeological sites (Keskin & Tanaç Zeren, 2018: 111) can be solved in this way. It is possible for places to be remembered with images that reflect their spirit, with the understanding of sustainable tourism, where cultural heritage can be preserved and transferred to future generations.







# Turizm Akademik Dergisi

## Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



## Chef&B Kimdir? Gastronomide Yeni Trend Yiyecek İçecek ve Mutfak Koordinatörlüğü\*

Serkan ÇALIŞKAN<sup>a\*\*</sup>

<sup>a</sup> Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Kastamonu, E-mail: serkancaliskan@kastamonu.edu.tr, ORCID:0000-0002-6016-1098

### Öz

Otel işletmelerinin ana hizmet alanlarından biri olan yiyecek içecek departmanı servis ve mutfak bölümlerini içinde barındıran geniş organizasyonlu bir yapıdır. Farklılaşan koşullar bu yapı içerisinde yiyecek içecek bölümü tepe yöneticisi belirleme sürecinde de yenilikleri beraberinde getirmiştir. Çalışmanın amacı, Chef&B olarak ifade edilen yiyecek içecek ve mutfak koordinatörlüğü görevini yürüten kişilerin sahip olması gereken nitelikleri ortaya koymaktır. Bu amaçla nitel araştırma yöntemlerinden fenomenoloji deseninden yararlanılarak kartopu örneklem yöntemi ile sektörde bu unvan ile çalışan/çalışmış 14 kişi ile yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler 2022 yılı Ağustos ayı içerisinde yüz yüze ve telefon ile gerçekleştirilmiştir. İçerik analizi ile elde edilen veriler bulgular Chef&B kavramının ortaya çıkışı, Chef&B'nin kişisel özellikleri, Chef&B'den beklentiler ve Chef&B kavramının geleceği şeklinde 4 ana tema halinde sunulmuştur. Araştırma sonucunda sektörde açıcıbaşı olarak görev yapan kişilerin tüm yiyecek içecek departmanının yöneticiliği pozisyonuna yükseldiklerinde Chef&B (yiyecek içecek ve mutfak koordinatörü) unvanını kullandıkları; bununla birlikte farklı sorumluluklar yükledikleri tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Chef&B, yiyecek içecek ve mutfak koordinatörlüğü, mutfak, servis.

### Who is Chef&B? New Trend in Gastronomy Food Beverage and Kitchen Coordinator

### Abstract

The food and beverage department, which is one of the main service areas of hotel businesses, is a broadly organized structure that includes service and kitchen departments. Differentiating conditions have brought about innovations in the process of determining the top manager of the food and beverage department within this structure. The aim of the study is to reveal the qualifications that people who serve as food, beverage and kitchen coordinators, referred to as Chef&B, should have. For this purpose, phenomenology pattern, one of the qualitative research methods, was used and snowball sampling method was used and interviews were conducted with 14 people who work/have worked in the sector with this title, through a semi-structured interview form. The interviews were held face to face and by phone in August 2022. The findings obtained through content analysis are presented in 4 main themes: the emergence of the Chef&B concept, the personal characteristics of Chef&B, expectations from Chef&B and the future of the Chef&B concept. As a result of the research, it was determined that people who worked as head chefs in the sector used the title of Chef&B (food, beverage and kitchen coordinator) when they rose to the position of manager of the entire food and beverage department; However, it has been determined that they undertake different responsibilities.

**Keywords:** Chef&B, food and beverage and kitchen coordinator, kitchen, service.

JEL CODE: J28, J81, L83

#### Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 19.08.2023

Düzeltilme : 19.09.2023

Kabul : 07.11.2023

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Çalışkan, S. (2023). Chef&B Kimdir? Gastronomide Yeni Trend Yiyecek İçecek ve Mutfak Koordinatörlüğü, Turizm Akademik Dergisi, 10 (2), 197-211.

\* Bu çalışma için Kastamonu Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etiği Kurulundan 04.08.2022 tarih ve 2022/17 sayılı "Etik Kurul Onayı" alınmıştır.

\*\* Sorumlu yazar e-posta: serkancaliskan@kastamonu.edu.tr

## GİRİŞ

Hizmet sektörü içerisindeki önemli bileşenlerden biri olan ağırlama sektörü, içerisinde turizm otelcilik ve yiyecek içecek gibi birbirini tamamlayan faaliyetleri barındırmaktadır. Müşteri memnuniyetinin önemli kalite göstergelerinden biri olduğu hizmet sektöründe ihtiyaçların karşılanması odak noktasıdır. Günün koşullarının değişmesine bağlı olarak farklılaşan istekler ve gelişmeler işletmelerin yeni aksiyonlar almasını gerektirmektedir. Bu değişiklikler fiziki ve teknolojik olabileceği gibi iş gücünün planlanmasında da kendini göstermektedir. Öyle ki bu değişikliklere bağlı olarak örgütsel yapı içerisindeki pozisyonlara farklı isimler verilebilmektedir. Bu çalışma ile hizmet sektöründe yiyecek içecek departmanının yönetiminden sorumlu bir pozisyon olan yiyecek içecek müdürlüğünün durumu konu edilecektir.

Yiyecek içecek hizmeti birçok işletme içerisinde yer almasına karşın eksiksiz hizmet sunan bir otelin başarısı için çok önemlidir. Yiyecek içecek operasyonlarının profesyonelce yönetilerek gelir aynı zamanda da kar elde etmesi, tesisin imajının yükseltilmesi ve pazarda rekabet edebilmesi gerekir. Otel işletmelerinin değerlendirilmesinde yiyecek içecek departmanlarının kalitesi ana unsurlardan biridir. Otel işletmelerinde bu hizmetlerin sağlanabilmesi için görev yapan yönetici pozisyonundaki kişilerin görev ve sorumlulukları ile sahip olması gereken yeterliliklerde oldukça önemlidir. Bu konuda yapılan çalışmalar yiyecek içecek müdürlerinin kariyer hedeflerini (Eren, 2019), kariyer yeterlilikleri analiz etmeye (Wang & Tsai, 2012), kariyer yollarını (Nebel ve ark., 1994), yiyecek içecek bölümünün işleyişini (Güllü & Yaman, 2018) açıklamaya yöneliktir. Bu alanda eğitim alan ve geleceğin sektör çalışanı olacak öğrencilere yapılan çalışmada (Eren & Aydın, 2020) yöneticilere yönelik olumsuz tutumlara sahip oldukları belirtilmektedir. Covid-19 sonrası yiyecek içecek sektöründe şeflerin geleceğine ilişkin yapılan çalışmada mutfak bölümünde yönetici olarak görev yapan şeflerin sektörün geleceğine ilişkin iyimser düşüncelere sahip olduğu ve mesleğin daha da fazla önem kazanacağını belirtmektedir (Bucak & Yiğit, 2021). Avustralya ve Vietnam'da göre yapan 69 şef ile yapılan çalışmada ise profesyonel aşçılık mesleğinin güncel bir meslek olarak popülaritesini koruduğu bu mesleği yapan kişilerin öncü olma, ilham verme ve karalı olma gibi yönetsel özelliklere sahip olması gerektiğini (Vu ve ark., 2023) ortaya koymaktadır.

Hizmet sektörü içerisinde yer alan konaklama işletmelerinin örgüt yapıları içerisinde yer alan kariyer basamakları arasındaki geçişler de güncel ihtiyaçlara göre farklılaşmaktadır. Ancak alan yazında yiyecek içecek departmanının yiyecek içecek müdürü altında top-

landığı ve bu kişilerinde servis bölümünden yükseldiği ortaya konmuştur. Sektörde yiyecek içecek ve mutfak koordinatörü (chef&b) olarak adlandırılan ve aşçıbaşılarının yürüttüğü bu kariyer pozisyonunun ne olduğuna ilişkin alan yazında bir çalışmaya rastlanmamıştır. Profesyonel iş topluluğu olan linkedIn de 51 kullanıcının kendini Chef&B olarak tanımladığı ve literatürde yer almayan bu kavramın tanımlanarak ortaya konmasının çalışmanın özgün yönünü oluşturmaktadır.

Yiyecek içecek üretimi ile servisinin gerçekleştiği bununla birlikte satın almadan insan kaynakları yönetimine, misafir ilişkilerinden ürün geliştirmeye kadar birçok farklı alanı kapsayan yiyecek içecek bölümü karmaşık bir organizasyon ağını içermektedir. Temelde yiyecek içecek üretimini içeren bu departmanın sevki ve idaresi de ekonomik ve sosyal gelişmeler ile beraber değişimler göstermektedir. Yönetim kadrolarının hiyerarşik organizasyonlarda kendine özgü bir uzmanlık gerektiren alan olarak kabul edilmesiyle birlikte yiyecek üretimi ve servisi alanlarında ayrı yöneticilerin ortaya çıkmasına neden olurken yönetim işlerinin çapraşıklık ve çapının genişlemesi ve yöneticilerin üretim süreçlerinde aktif görev alan kişilerden seçilmesi otellerin yiyecek içecek departmanlarına yönetici seçim süreçlerinde farklılaşmaya gidilmesi sürecini ortaya çıkarmıştır. Bu durum yiyecek içecek departmanında yöneticilerin şef aşçılarından seçilmesi sürecini beraberinde getirmiştir.

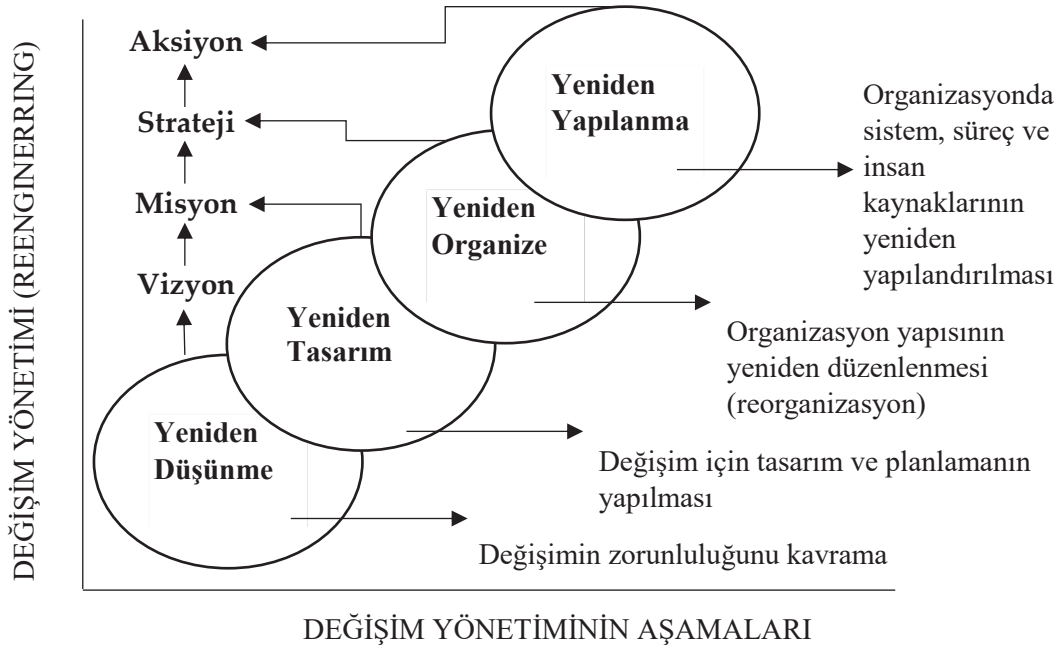
Mutfak yönetiminden sorumlu olan şefler sahip oldukları yöneticilik deneyimini tüm yiyecek içecek departmanını yönlendirmek için kullanmak istemeleri ve bu konuda önlerine çıkan fırsatları aşçı kimliklerinden vazgeçmeden mutfak yöneticisi (aşçıbaşı-executive ve chef) kimlikleri ile yiyecek içecek bölümü yönetici kimliklerini birleştirmektedir. Sektörde yeni bir iş pozisyonu olarak tanımlanan ve Chef&B olarak adlandırılan bu pozisyon mutfak ve yiyecek içecek direktörlüğü olarak açıklanmaktadır. Yiyecek içecek yöneticiliği alanında yeni olmakla birlikte sayısı her geçen gün artan bu pozisyonda çalışan yöneticilerde olması gereken, bilmesi istenen ve göstermesi gereken (be, know, do) özelliklerin ne olduğunun ortaya konması gerekmektedir. Sektör için yeni bir kavram olan ve şef aşçıları arasından seçilen Chef&B yöneticilerinin kim olduğunun açıklanması gerekmektedir. Bu nedenle araştırma kapsamında "Yeni bir yönetici iş pozisyonu olan ve Chef&B olarak adlandırılan yiyecek içecek ve mutfak direktörünün sahip olması gereken özellikleri nelerdir?" sorusuna yanıt aranmaya çalışılacaktır. Bu amaçla yiyecek içecek mutfak koordinatörü (Chef&B) olarak görev yapan on dört yönetici ile yarı yapılandırılmış görüşme formu ile mülakat yapılmıştır. Böylece yeni bir kariyer nitelendirmesi olan yiyecek içecek ve mutfak koordinatörünün hangi özelliklere sahip olması gerektiği ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Hızlı bir değişimin yaşandığı günümüz dünyasında işletmeleri de bu durumdan etkilenmektedir. Pazar yapısı, rekabet koşulları ve müşteri beğenileri farklılaşmakta önceleri başarıyla uygulanan süreçlerin yeniden tasarlanmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Dış çevre

işletmeler örgüt yapısının içerisindeki birimlerin ve pozisyonların dağılımı konusunda değişikliğe gidebilir (Eğilmez, 2008). Reorganizasyon olarak adlandırılan bu süreç yeniden yapılandırmanın yalnızca bir bölümünü oluşturmaktadır (Aktan, 2011). Ancak bu konuda alan yazında reorganizasyon ile yeniden yapılanmanın iç içe kullanıldığı anlaşılmaktadır (Ocak & Karaman, 2022).

**Şekil 1.** Değişim Mühendisliği ve Organizasyonun Yeniden İnşası (Aktan, 2011).



koşullarında yaşanan bu değişimler otel işletmelerinin de yapısını etkilemektedir. Otel işletmelerinin katma değer yaratan işletme süreçlerinden biri olan yiyecek içecek bölümü de stratejik önemi nedeniyle yeniden yapılanma süreçlerine girebilmektedir (Özel, 2003).

Alan yazında yeniden yapılanma kavramı yönetim alanında çalışmalar yapan araştırmacılar tarafından ele alınmaktadır. Bu konuda farklı tanımlar da ortaya çıkmıştır. Thaens ve arkadaşları (1997) örgüt yapısının güncel gelişmeler ışığında gözden geçirilmesi ve aksayan yönlerin yeniden ele alınarak olabilecek en verimli yapıya kavuşturulması için yapılan çalışmaların tümünü yeniden yapılandırma olarak tanımlamıştır. İş süreçleri, organizasyon yapısı ve birimin yönetim uygulamaları gibi operasyonel ve yönetsel konuların yeniden ele alınarak kökten ve planlı olarak tasarlanması yeniden yapılandırma sürecini ifade etmektedir.

İşletmelerin değişimler karşısında radikal yapısal düzenlemelere girmesi geniş süreçleri kapsayan, ciddi çalışmalar gerektiren ve bir program dâhilinde yürütülen yapılandırmalardır. Yeniden yapılandırma uygulayan işletmelerin %70'inin başarısız olduğu görülmüştür (Özel, 2003). Bu köklü değişiklikleri göze alamayan

Bu nedenle yeniden yapılanma ve reorganizasyon kavramlarının birlikte bir bütünün parçaları olarak ele alınması gerekmektedir. Bu parçaların basamaklar halinde açıklanması konuyu daha net ortaya koyacaktır.

Dünya hayatı ile birlikte iş piyasalarında yaşanan gelişmeler değişim ya da dönüşüm için yeniden düşünmeyi gerekli ve kaçınılmaz kılmıştır (Şişman, 2007). Örgütlerde değişimin bir gereklilik hatta zorunluluk olduğunu lider ya da üst yöneticinin kabul etmesi yeniden yapılanmanın ilk basamağını oluşturur. İkinci bölümde ise bu sürecin planlanması ve tasarımının ortaya konması gerekir. Değişimin yol haritasının çıkarılmasından sonra mevcut organizasyonun örgüt yapısının değiştirilmesi gerekir. Reorganizasyon olarak adlandırılan bu süreç hiyerarşik yapının ele alınmasını içerir. Dördüncü aşama ise bir organizasyonda hali hazırda işleyen yapı, sistem ve iş yapma süreçlerinin yeniden yapılandırıldığı kısmı oluşturmaktadır. Tüm bu işlemler değişim mühendisliği veya değişim yönetimi olarak ifade edilmektedir (Aktan, 2011). Şekil 1'de değişim yönetimi olarak alan yazında kendine yer bulan "reengineering" kavramını uygulama aşamaları görsel olarak betimlenmiştir.

İş dünyasında yaşanan değişim yönetimi çalışmaları birçok alanı etkilemektedir. Bu işletmelerden biri olan otelleri de dış çevrelerinde yaşanan gelişmelerden etkilenmektedir. Bu gelişmeler sürdürülebilirlik, iş akışlarında otomasyon sistemlerine uyum sağlama, teknoloji kullanımı ve organizasyon yapıları gibi birçok farklı başlıkta yaşanabilmektedir. Emek yoğun bir iş kolu olan otellerin organizasyon yapılarında yaşanan değişikliklerin ise öncelikle uluslararası zincir otel işletmelerde ve bu tesislerin yiyecek içecek bölümlerinde gerçekleştirildiği bilinmektedir (Özel, 2003).

Otel işletmelerinin içerisinde her türlü yiyecek içecek hizmetinden sorumlu olan yiyecek içecek bölümü çeşitli ünitelerin bir araya gelmesiyle oluşmaktadır (Cinnioğlu ve ark., 2019). İşletme içerisindeki çeşitli restoranlar, banket salonları, içecek hizmetinin yer aldığı barlar ve yiyecek üretiminin gerçekleştiği mutfak yiyecek içecek bölümünün sorumluluğundadır. Bu karmaşık, birbirinden bağımsız ancak her biri diğerini tamamlayan hizmetlerin organizasyonu işletmenin başarısı için oldukça önemlidir (Taşdağıtıcı, 2016). Alan yazında oda gelirlerinden sonra en fazla gelir getiren (%25-%50) bölüm olarak belirtilen yiyecek içecek bölümünün kalitesi özellikle her şey dâhil sistemini uygulayan otel işletmeleri için bir çekicilik unsurudur (Işık & Yılmaz, 2016). Kıyı otellerinde uygulanan bu konaklama şekli günün her saati yiyecek içeyeğe ulaşma imkânı sunarken şehir otellerinde de farklı düzenlemeler yer almaktadır. Gerek kişiye özel oda servisi hizmeti gerekse otelde konaklamayan kişilere yapılan organizasyonlardaki yiyecek içecek hizmeti (banket organizasyonları) şehir otellerinde yürütülen önemli yiyecek içecek organizasyonlarıdır ve titiz bir çalışma gerektirir.

Yiyecek içecek bölümü gelir getiren operasyonel bir departman olarak nitelendirilmektedir. Otelin büyüklüğü ve sahip olduğu yıldız sayısı da yiyecek içecek operasyonu hakkında bilgi vermektedir (Çalışkan, S. & Gürbüz, 2022). Otellerin yiyecek içecek operasyonunun yapısı servis, bar ve mutfak kısımlarından oluşmaktadır. Yiyecek içecek bölümünün ana hizmet alanları ile birlikte satın alma hizmetleri de yiyecek içecek departmanı altında bir bölüm olarak hizmet verebilmektedir. Örgütsel yapının büyüklüğüne göre ayrı bir organizasyonel yapı olarak da yer alabilmektedir (Demirer & Özdemir, 2016). Burada dikkat çeken konu satın alma ile yiyecek içecek bölümünün ne derece ayrılmaz parçalar olduğunun fark edilmesidir. Bu parçaların koordineli hareket etmesi önem verilen bir konudur. Gerek kendi içindeki kısımlar gerekse otelin diğer bölümleriyle sağladığı iletişim ve iş birliği yiyecek içecek bölümünün operasyonel başarısının sağlanmasında etkilidir. Bu bağlamda yiyecek içecek bölümünün yönetiminin çok yönlü yapısı, büyüleyici ve yaratıcı olmayı gerektiren

koşulları ile riskli ortamı nedeniyle yetkin bir uzman tarafından yönetilmesi gerekir (Brien, 2004). Otel işletmelerinde tüm yiyecek içecek operasyonundan sorumlu yiyecek içecek müdürünün görev ve sorumlulukları şunlardır (Sökmen, 2014):

- Otelin genel politikalarına uygun olarak yiyecek içecek bölümünün organizasyonunu sağlamak,
- Bölümün bütçesini hazırlamak,
- Personel, malzeme ve hammadde maliyetlerini kontrol etmek,
- Hedeflenen kazancı sağlamak,
- Hijyen ve güvenlik standartlarını oluşturarak uygulanmasını sağlamak
- Yiyecek içecek bölümüne iş gören seçiminde insan kaynakları ofisi ile koordineli olarak iş alımları yapmak,
- Diğer departman müdürleri ile iletişim halinde olmak,
- Genel müdürün organize ettiği toplantılara katılmak.

Görüldüğü üzere yiyecek içecek müdürlerinin görev ve sorumlulukları bütçeleme, maliyet, organizasyon, temsil konularında yoğunlaşmaktadır. Bölüm içerisinde maliyetlerin kontrol edilmesinin satın alma ile başladığı göz önünde bulundurulduğunda bu yöneticilerin tedarik konusundaki yetkinliklerinin de önemi ortaya çıkmaktadır. Bunlarla birlikte yöneticilerin yönetim faaliyetlerinde etkin ve verimli olarak görev yapmasında astlarıyla kurduğu ilişkinin kalitesi de oldukça önemlidir (Polat & Ödemiş, 2023).

Yiyecek içecek müdürlerinin geçmiş başarıları, almış oldukları eğitim ve öncesinde çalıştıkları pozisyonlar yönetmekte oldukları bölümün başarısını da etkileyebilmektedir. Kariyerlerindeki konuma ulaşma yolculuğunda izledikleri yol bu görevi yürütmeye aday kişilere de yol gösterici olabilir. Bu konuda yapılan çalışmalar otellerde genel müdür pozisyonuna yükselen yöneticilerin çoğunluğunun yiyecek içecek departmanı temelli olduğu göstermektedir. O'Brien (2017) 14 yiyecek içecek müdürü ile yaptığı çalışmada bu pozisyona yükselmeden önce ortalama 134 ay sektörde çalıştıklarını, iş yeri değiştirme hızının yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Nebel ve arkadaşları (1995) çalışmalarında otel yöneticisi katılımcıların %44,5'inin yiyecek içecek müdürlüğünden yükseldikleri sonucuna ulaşmıştır. Ladkin (2002) Avusturya'da yaptığı araştırmasında %40,9 oranı ile benzer sonuçlara ulaşmıştır. Bayram (2011) ise Türkiye'de otel genel müdürlerinin %13,4'ünün yiyecek içecek departmanından yükseldi-



ğini ortaya koymuştur. Eren (2019) yiyecek içecek müdürlerinin kariyer hedeflerine ilişkin yaptığı çalışmada katılımcıların %30'unun yiyecek içecek koordinatörlüğü pozisyonunu hedefledikleri sonucuna ulaşmıştır. Yine aynı çalışmada yiyecek içecek müdürlüğü pozisyonuna yükselmelerin daha çok servis bölümü yöneticiliğinden gerçekleştiğini belirtmiştir. Literatürdeki örneklerde de görüldüğü gibi yiyecek içecek müdürlüğü otelin genel başarısı için önemli bir pozisyon olmakla birlikte bu pozisyona yükselmeler büyük oranda servis bölümünden gerçekleşmektedir. Yiyecek içecek müdürlerinin bu sektörde 10 yılın üzerinde çalıştıkları ve otel genel müdürlüğü için en önemli aday kişiler oldukları değerlendirilmektedir. İletişim, insan ilişkileri gibi kişisel becerilerin yanında satış pazarlama, bütçe hazırlayabilme ve insan kaynakları idaresi gibi operasyonel tecrübelerinde önemli olduğu yine yapılan çalışmaların ortak yönüdür (Kılınç ve ark., 2021).

Yiyecek içecek departmanının yemek üretim alanı olan mutfak bölümünde çalışan yönetici şefler yeni hizmetler ve ürünler ortaya koyma noktasında inovatif süreçleri etkin olarak kullanabilmektedir (Harrington & Ottenbacher, 2013). Ürün ve süreç inovasyonu yanında pazarlama, yönetim ve kurumsallık inovasyonu gibi yaklaşımlarda gastronomi alanında yararlanılan inovasyon türleridir (Hjalager, 2010). Bu durum şeflerin temel uygulama becerilerinin yanında farklı fikirleri ortaya koymasını ve yeni süreçlerin yaratıcısı olmasını gerekli kılmaktadır (İbiş, 2022).

Albors-Garrigos ve ark. (2013) şeflerin rakipleri karşısında farklılaşma arayışını temel itici güç olarak belirtmiştir. Şeflerin finansal sürdürülebilirlik ve maliyet kontrolü konusunda sürekli izleniyor olmaları (Abbate ve ark., 2019), dünya çapında bakış açısına sahip yetenekli ve yaratıcı şeflere doğru bir evrimleşme süreci yaşanıyor olması (Ekinçek & Günay, 2023) gastronomi alanında yaratıcılık ve yenilik süreci üzerinde yapılan çalışmalara yansımıştır. Son zamanlarda şeflerin yenilik ve yaratıcılık sürecine ilişkin yapılan çalışmalar yemek tasarımcılığı, mutfak sanatçılığı, Michelin yıldızı konularında konularına odaklanmaktadır (Gottardello & Karabağ, 2022; Lane, 2010; Lee ve ark., 2019; Madeira ve ark., 2022; Saydam ve ark., 2022; Vargas-Sanchez & López-Guzmán, 2022). Bu çalışmanın konusu ise şeflerin yeni bir kariyer pozisyonu olarak adlandırılan Chef&B kavramına ışık tutmaktadır.

## YÖNTEM

Sistematik olarak veri elde edilmesi ile bu verilerin analiz edilerek geçerliliği kabul edilmiş bilgiler haline dönüştürülmesi süreci bilimsel araştırmanın önemli parçalarından biridir. Problemlere güvenilir çözümler bulmak amacıyla başlanılan bilimsel araştırmalarda uygulanan yöntem araştırma sorusuna göre şekillen-

mektedir. Genel olarak açıklayıcı paradigmada nicel yöntem kullanılırken açıklayıcı, keşfedici ve yorumlayıcı çalışmalar nitel araştırma olarak kurgulanmayı gerektirmektedir (Mehrad & Zangeneh, 2019). Nitel araştırmalarda bir durumu tanımlamak ana amaç ise durum çalışması en uygun araştırma deseni olarak kullanılırken kişi ya da kişilerin deneyimlerinin keşfedilmesi amaçlanıyorsa olgu bilim (fenomenoloji) modeli kullanılması gerekecektir (Karataş, 2017). İş gücü piyasası, kariyerleri, organizasyonel yenilikler nitel araştırma yöntemi içerisindeki durum çalışması deseni içerisinde incelenen olgular arasında yer almaktadır (Tasci ve ark., 2020). Durum çalışmalarında konuya ilişkin verilerin elde edilmesinde neredeyse her şey veri kaynağı olarak kullanılabilir (Subaşı & Okumuş, 2017). Fenomenoloji ise ayrıntılı ve derin bir anlayışa sahip olmak istediğimiz konulara odaklanır. Bu iki yöntemin birbirinin yerine kullanıldığı da sık karşılaşılan bir durumdur (Çapar & Ceylan, 2022).

Yiyecek içecek bölümlerinde karşımıza çıkan yeni bir kavram olarak yiyecek içecek ve mutfak koordinatörlüğü (Chef&B) olarak ifade edilen bu yeni pozisyonun ne olduğunun anlaşılabilmesi amacıyla yapılan bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden fenomenoloji çalışma deseni kullanılmıştır. Verilerin elde edilmesinde oluşturulan çalışma grubu olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden kartopu örnekleme yöntemine göre belirlenmiştir. Bu yöntem ilk olarak zengin veri elde edilebilecek kişi yada kritik durumlara odaklanmaktadır. Bu kişilere "Bu konu hakkında kiminle görüşmeliyim?" şeklinde sorarak anahtar kişi üzerinden de diğer kişilere ulaşarak zinciri oluşturur. Zincir içinde birkaç isim tekrar edildiğinde örnekleme tamamlanır (Baltacı, 2018). Böylece çalışmanın dış geçerliliği (aktarılabirlik) sağlanmaya çalışılmıştır. Ayrıca bu çalışma için Kastamonu Üniversitesi, Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma ve Yayın Etiği Kurulundan 04.08.2022 tarih ve 2022/17 sayılı "Etik Kurul Onayı" alınmıştır.

Araştırmaya ilk olarak ulusal basında Chef&B kavramından söz eden şef ile görüşmeye başlanmıştır (Bilen, 2022). Dergi yazısında ortaya konulan veriler çalışmanın iç geçerliliği (inandırıcılık) açısından referans yeterliliği olarak değerlendirilmiştir. Örnekleme yöntemine uygun olarak görüşmenin sonunda bu konuda görüşme yapabileceğimiz bir diğer şef ismi sorulmuştur. İletişim bilgileri edinilen kişi ile öncelikle mesaj ile iletişim kurulmuştur. Görüşmeyi kabul eden şefler ile belirlenen gün ve saatte çevrimiçi yada yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde yarı yapılandırılmış mülakat formunda yer alan sorular sorulmuştur. Görüşme sorularının hazırlanmasında literatürde yer alan yiyecek içecek müdürlerine ilişkin çalışmalardan Chef&B konusunda yapılmış haberler-



den ve şeflerin görüşlerinden yararlanılmıştır. Oluşturulan sorulara üç farklı akademisyenin görüşleri ile son hali verilmiştir. Görüşme formunda yer alan sorular şu şekildedir:

1. Chef&B yani yiyecek içecek ve mutfak direktörlüğü pozisyonunda çalışacak kişinin sahip olması gereken karakteristik kişisel özellikleri nelerdir?
2. Chef&B kademesinde yönetici olarak görev yapan kişinin sahip olması gereken bilgi, beceri ve kabiliyetleri neler olmalıdır?
3. Chef&B'nin görevi esnasında göstermesi gereken tutum ve davranışlar nelerdir?

Görüşmeler katılımcılardan alınan izin doğrultusunda ses kayıt cihazı ile kaydedilmiştir. Katılımcılara bu çalışmadan toplanan verilerin sadece bilimsel amaçla kullanılacağı ve katılımcıların kişisel bilgilerinin üçüncü taraflarla paylaşılmayacağı taahhüt edilmiştir. Bu amaçla katılımcılara gönüllü katılımcı formu gönderilmiştir. Araştırma kapsamında 14 şef ile görüşülmüştür. Katılımcıların seçiminde ölçüt olarak Chef&B pozisyonunda görev yapan yada yapmış olma kullanılmıştır. Görüşmeler etik izni doğrultusunda 2022 yılı Ağustos ayı içerisinde gerçekleştirilmiştir.

Kişisel verilerin gizliliğinin sağlanması amacıyla katılımcıların isimleri yerine katılımcı için K harfi kullanılmış ve yanına numaralandırma yapılmıştır. Kişilerin ve yanıtların tekrar etmeye başladığı anlaşıncaya çalışma sonlandırılmıştır. Elde edilen verilerin çözümlemesinde içerik analizi yöntemine başvurulmuştur. Öncelikle elde edilen veriler kategorileştirilerek temalar

haline getirilmiştir. Çalışmanın güvenilirliğini sağlamak için temalar elde edilirken iki araştırmacı birbirinden bağımsız olarak mülakat metinlerinden temalar ortaya koymuştur. İçerik analizi sonrasında yakın veya ortak olan temalar belirlenerek çalışmanın temaları seçilmiştir.

## BULGULAR

Bu bölümde araştırma sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Araştırma kapsamında elde edilen veriler doğrultusunda dört madde altında temalar haline getirilen bulgular ayrı başlıklar halinde aktarılmıştır. Bu başlıklar Chef&B kavramının ortaya çıkışı, Chef&B'nin kişisel özellikleri, Chef&B'den beklentiler ve Chef&B kavramının geleceği şeklindedir. Aşağıdaki Tablo 1'de ise çalışma grubunda yer alan katılımcılara yönelik demografik bilgilere yer verilmiştir.

Katılımcılara ilişkin tablo incelendiğinde çalışma grubunun tamamının erkeklerden oluştuğu ve katılımcıların tamamına yakınının lisans mezunu olduğu görülmektedir. Bir katılımcının ön lisans bir katılımcının ise yüksek lisans mezunu olduğu tabloda çalışmanın konusu ve örneklem yöntemine uygun olarak katılımcıların tamamının Chef&B pozisyonunda görev yaptıkları anlaşılmaktadır. Mutfakta üst düzey yöneticilik yapan kişilerin erkek olması ve Chef&B görevinin yemek yapmak dışında başkaca beceriler gerektirmesi katılımcılara yönelik oluşturulan demografik özelliklere ilişkin tablonun eğitim ve yaş kısmında kendini göstermiştir. Zira yöneticilik pozisyonunun gerektirdiği eğitim ve sektörde belirli bir süre çalışarak tecrübe kazanmak söz konusu pozisyonda görev yapabilmek için ihtiyaç duyulan yeterlilikler arasındadır.

**Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler**

Katılımcı Kodu	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Görevi/pozisyonu	Chef&B Deneyim süresi (yıl)
K1	Erkek	43	Lisans	Chef&B	3
K2	Erkek	35	Lisans	Chef&B	2
K3	Erkek	43	Lisans	Executive Chef	2
K4	Erkek	37	Lisans	Executive Chef	1,5
K5	Erkek	45	Yüksek Lisans	Chef&B	2
K6	Erkek	42	Lisans	Chef&B	2,5
K7	Erkek	35	Lisans	Chef&B	1,5
K8	Erkek	47	Lisans	Chef&B	2
K9	Erkek	38	Lisans	Chef&B	1,5
K10	Erkek	52	Ön Lisans	Executive Chef	1,5
K11	Erkek	33	Lisans	Executive Chef	1,5
K12	Erkek	34	Lisans	Chef&B	2
K13	Erkek	38	Lisans	Chef&B	1,5
K14	Erkek	44	Lisans	Chef&B	2

### Chef&B Kavramının Ortaya Çıkışı

Dünyada yaşanan gelişmeler değişimleri kaçınılmaz kılmaktadır. Bu değişimlerden biri de yiyecek içecek departmanının organizasyonel yapısında yaşanmaktadır. Yeni bir iş pozisyonu olarak ortaya çıkan Chef&B (yiyecek içecek ve mutfak koordinatörlüğü) kavramının ortaya çıkışı temasına ilişkin elde edilen veriler değerlendirildiğinde krizler, maliyet avantajı, mutfak bölümünün önemi ve iş süreçleri alt temalarına ayrılmasını gerektirmiştir.

Dünyanın yaşadığı covid-19 pandemi süreci pek çok sektörün iş yapma süreçlerinde değişikliğe gidilmesine neden olmuştur. Bu iş kollarının başında da turizm sektörü gelmektedir (Arıcı, 2021). Pandemi sürecinde yaşanan kriz turizm işletmelerin iş gören pozisyonlarında daralmaya gitmesine neden olmuştur. Organizasyon yapısındaki bu daralma sadece ara kademeye iş gücünde değil aynı zamanda üst yönetimde de kendini göstermiştir. Bu konudaki katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

K6	Pandemi sürecinde servis bölümü sadeleşti, mutfağın önemi arttı.
K3	Covid sürecinin başında F&B müdürü ile yollar ayrıldı.
K1	Ben covid sürecinin başlarında Chef&B pozisyonuna geçtim.
K5	İşletmede her an F&B müdürü olarak görev yapmanız gerekebilir. Şefler bu tarz durumlara hazırlıklı olmalı.
K10	Her kriz beraberinde bir fırsatı getirir. Doğru yerde durmak gerekir.

Krizlerde işletmelerin ayakta kalmasını sağlayan önlemlerden ilk akla gelen maliyetlerin azaltılmasıdır. Hizmet işletmelerinin önemli gider kalemlerinden biri olan personel maliyetleri Chef&B kavramının ortaya

verilmesi ile bir yönetici maaşından tasarruf edilmiş olmaktadır. Katılımcıların bu konudaki ifadeleri şu şekildedir:

Konaklama işletmeleri bünyesinde faaliyet gösteren yiyecek içecek birimleri işletmenin üç ana hizmet biriminden biri olmakla birlikte konuk memnuniyetinde önemli role sahiptir. Bu birimde memnuniyetin sağlanması konusunda da mutfak bölümü ön plana çıkmaktadır. Bunun yanında sektörde işe başlamak isteyen kişilerin ilk tercihi de mutfak bölümü olmaktadır. Kariyer pozisyonlarının ilk kademelerinden itibaren mutfakta çalışan personeller hem aldıkları eğitim hem de mesleki kariyerleri boyunca kendilerini geliştirme konusunda ortaya koydukları azim ile yiyecek içecek bölümünün yönetici adaylığı için tercih edilmektedir. Chef&B kavramının ortaya çıkmasında gerek yatırımcıların gerekse personelin bu bölüme biçtiği önemin rol oynadığı düşünülebilir. Mutfak bölümünün önemi adı verilen bu alt temaya ilişkin katılımcı değerlendirmeleri şu şekildedir:

Şeflerin bu ifadeleri yiyecek içecek bölümünde iş süreçlerinin de zaman içerisinde değişime uğradığının ipuçları olabilecek niteliktedir. Her ne kadar birbirinden farklı becerilere gerekirse de servis ve mutfak

K9	Personel planlamasında değişikliğe gidilmesinin nedenlerinden biri iş gücü maliyetleridir.
K2	Yönetici pozisyonlarında daralmaya gidilmesinde birçok faktör etkili ama yatırımcı ilk olarak maliyete bakıyor.
K8	Executive chefe %25 zam yapılarak F&B müdürünün yaptığı işlerde yapabileceği görüldü.
K12	İşveren bir yönetici maaşından tasarruf yaparken şeflerin iş yükleri ve sorumlulukları arttı.
K14	Yatırımcı kendine en az maliyetle maksimum karı kazandıracak kişi olarak executive şefleri görüyor. Şefler de bunun hakkını veriyor.

çıkmasında etkili olmuştur. Öyle ki F&B müdürü pozisyonunun ortadan kaldırılması ve görevlerinin executive ve chef (aşçı başı) olarak görev yapan yeni Chef&B'ye

birbirinden ayrılmaz bütünü parçaları olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle bütünlüğün bozulmaması aynı zamanda verimli çalışan ve hızlı karar alabilen bir

K6	Eselden turizm otelcilik liseleri vardı. Görünümü düzgün çocuklar servise alınırdı.
K8	Bizim lisede öğrenci olduğumuz zaman mutfak bölümüne sessiz, sakin, içe kapanık çocuklar giderdi.
K7	F&B müdürleri servis bölümünden yükseliyordu. Ancak şimdi servis çalışanları arasında bu pozisyona gelebilecek yetkinlikte personel yok. İnsanlar servis bölümünde çalışmak istemiyor.
K4	Hem konuklar hem de şefler yemeği yapan kişinin servisini de yapmasını istiyor. Şefler yaptıkları ürünü kendileri sunmak istiyor.
K11	Konuklar şef ile diyalog kurduğunda daha kolay ikna oluyor. Şeflere güven daha fazla.

yönetsel yapının oluşturulması gerekmektedir. Bu noktada önceleri servis bölümünden yükselen tepe yöneticilerinin yerine yukarıda belirtilen iş süreçlerindeki değişikliklere bağlı olarak aşçıbaşı olarak görev yapan kişilerin her iki departmanı birlikte yönetmesi durumu söz konusudur. İş süreçleri alt temasına ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

Chef&B kavramının ortaya çıkışında ekonomik nedenlerin beraberinde demografik özelliklerin de etkili olduğu görülmektedir. Öyle ki krizler, maliyetler alt temaları Chef&B kavramının ortaya çıkışının ekonomik boyutu olarak değerlendirilebilirken mutfak bölümünün önemi ve iş süreçleri demografik boyut olarak ele alınabilir.

### Chef&B'nin Kişisel Özellikleri

Yiyecek içecek ve mutfak koordinatörlüğü olarak ifade edilen Chef&B kavramı mutfak ve servis bölümlerinin yöneticiliğini yapan bir pozisyonudur. Bu bakımdan yöneticilik özelliklerinin yanında liderlik vasıflarını da taşıması gereken bir pozisyonu nitelendirmektedir. Bu görevi yapan kişilerin yönetsel becerilerinin yanında görev yaptığı alana ilişkin mesleki bilgi, beceri ve tecrübeye de sahip olması beklenir. Bu anlamda bazı kişisel özellikler vardır ki bunlar hem yönetsel özellikleri hem de mesleki becerileri içermektedir. Chef&B'nin sahip olması gereken kişisel özellikler teması altında iki alt tema oluşturulmuştur. Bunlardan ilki karakteristik özellikler alt temasıdır. Şeflerin bu alt temaya ilişkin ifadeleri şu şekildedir:

K1	Yiyecek içecek bölümünde tek başlı bir yapı isteniyor.
K5	Mutfak ve yeme içmenin bütünlüğü korunmaya çalışılıyor.
K6	Aşçıbaşları servisi de yönetebileceklerini düşünüyorlar.
K9	Şefler sürekli ve yüklü miktarda malzeme alım sürecinin içerisinde olduğu için maliyet hesabı konusunda oldukça deneyimliler.
K3	Banket anlaşması yapılırken şef ceketini ile orada bulunmamız müşteriye güven veriyor.
K13	İçeceklerin içerisinde mutfaktan tedarik edilen malzemeler attı. Bunların maliyetlerinin ve satış fiyatlarının hesaplanması konusunda mutfak bölümünün desteği önemlidir.

Katılımcılar mesleki özellikler alt temasına ilişkin şu ifadeleri kullanmışlardır:

K2	Bir kere Chef&B olacak kişinin prezantabl olması gerekir.
K7	Araştırmayı seven biri olmalı ki araştırmacı kişilik çok önemlidir.
K12	Adalet duygusunun yüksek olması olmazsa olmaz.
K10	Çözümci bir yapısı olmalı. Sorunları anlatan değil çözen ve öneri getirebilen bir pozitifliği olmalı.
K8	İnsan ilişkilerine önem veren sosyal bir kişiliğe sahip olmalı.

Chef&B olarak görev yapan kişilerin sahip olması gereken gerek karakteristik özellikler olsun gerekse de mesleki kişisel özellikler olsun demografik özellikler kapsamında değerlendirilmektedir.

### Chef&B'den Beklentiler

Mutfak ve servis bölümleri ile birlikte satış pazarlama faaliyetlerinde de etkin rol alması beklenen Chef&B'ler sahip oldukları kişisel ve yönetsel özelliklerle bu beklentileri karşılamaya çalışmaktadır. Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda Chef&B'den beklentiler teması altında beş alt tema oluşturulmuştur. Bunlar bütçe, fiyatlandırma, tanıtım pazarlama, personel ve müşteri ilişkileridir. Bu alt temalara ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

Katılımcıların ifadelerinden de anlaşılacağı üzere yiyecek içecek departmanına ilişkin nihai sorumluluk Chef&B'ye aittir. En az maliyetle maksimum karın sağlanması ve aynı zamanda gerek konukların gerekse müşterilerin işletmeden memnun olması beklenmektedir. Bu beklentilerden bütçe, fiyatlandırma ve tanıtım pazarlama temaları ekonomik boyut olarak ele alınabilir. Bununla birlikte personel ve müşteri ile ilişkiler alt temaları ise demografik özellikler içerisinde değerlendirilebilir.

### Chef&B'nin Geleceği

Değişen dünya birçok sektörün iş koşullarında farklılıkları beraberinde getirirken geleceğe dair de ipuçları sunmaktadır. Şef profilinin yıllar içerisinde farklılaşması, bu şefi yönetecek yiyecek içecek müdürü bulmanın zorlaşması şeflerin ön plana çıkmasını sağlamıştır. Eğitimini gastronomi ve mutfak sanatları bölümünde tamamlayan şeflerin sayısı, yabancı dil

bilgilerini geliştirmeleri, yiyecek içecek yöneticisinden beklenen finansal alanlara dair yeterlilikleri ve yiyecek

içecek sektöründe çalışmaya başlayanların mutfaktan başlamak istemesi şeflikten yükselen yönetici sayısında gelecekte bir artış olacağını göstermektedir. Şeflerin salonda takım elbise ile mutfakta ise şef ceketini ile görev

yapabiliyor olması önemli bir özgüven göstergesidir. Öyle ki servisi, mutfağı ve ofisi yönetme kabiliyetine sahip yöneticilerin mutfaktan çıkması çokta sürpriz olmasa gerektir. Bu yöneticilerin sadece yiyecek içecek bölümünün yöneticiliği ile yetinmeyebilecekleri de geleceğe dair ipuçlarıdır.

ederken grup otel şefliği olarak ifade edilen cluster şef ekonomik özellik olarak gruplandırılmıştır.

Elde edilen bulgulara göre oluşturulan dört ana temaya bağlı olarak oluşturulan 14 alt tema Chef&B kavramına ilişkin yapılan araştırma sonuçları Şekil 2'de belirtilmiştir. 1,2,7,8,9 ve 12 nolu alt temalar Chef&B

K4	Mutfak ekibinin bir yöneticisi olarak gösterdiği babacan tavrı aynı şekilde servise de gösterebilmelidir.
K5	Chef&B sadece mutfak ve servis yöneticisi değildir. Aynı zamanda iş geliştirme, kar artırma, bütçeleme gibi finansal yönü de vardır.
K11	Daha fazla misafir çekmeniz beklendiği için yeni konseptler belirlemeniz gerekir. Buda hem mesleki bilgi hem de yaratıcılık gerektirir.
K9	Dünyayı takip eden bir takım lideri olmalı ki çalışanları onunla hem gurur duysun hem de örnek alsınlar.
K1	Misafir odaklı karlılığı sağlarken bunun personel memnuniyeti ile sağlanabileceğini bilen yönetsel felsefeye sahip olmalıdır.
K13	Her ne kadar mutfak yönetici olarak menü planlaması yapıyor olsanız da Chef&B pozisyonunda satış pazarlama odaklı bakıyorsunuz.

Yiyecek içecek bölümü yöneticilerinin daha önce mutfakta yöneticilik yapmış şefler arasından seçileceği tüm şeflerin ortak görüşüdür. Chef&B'nin geleceğine

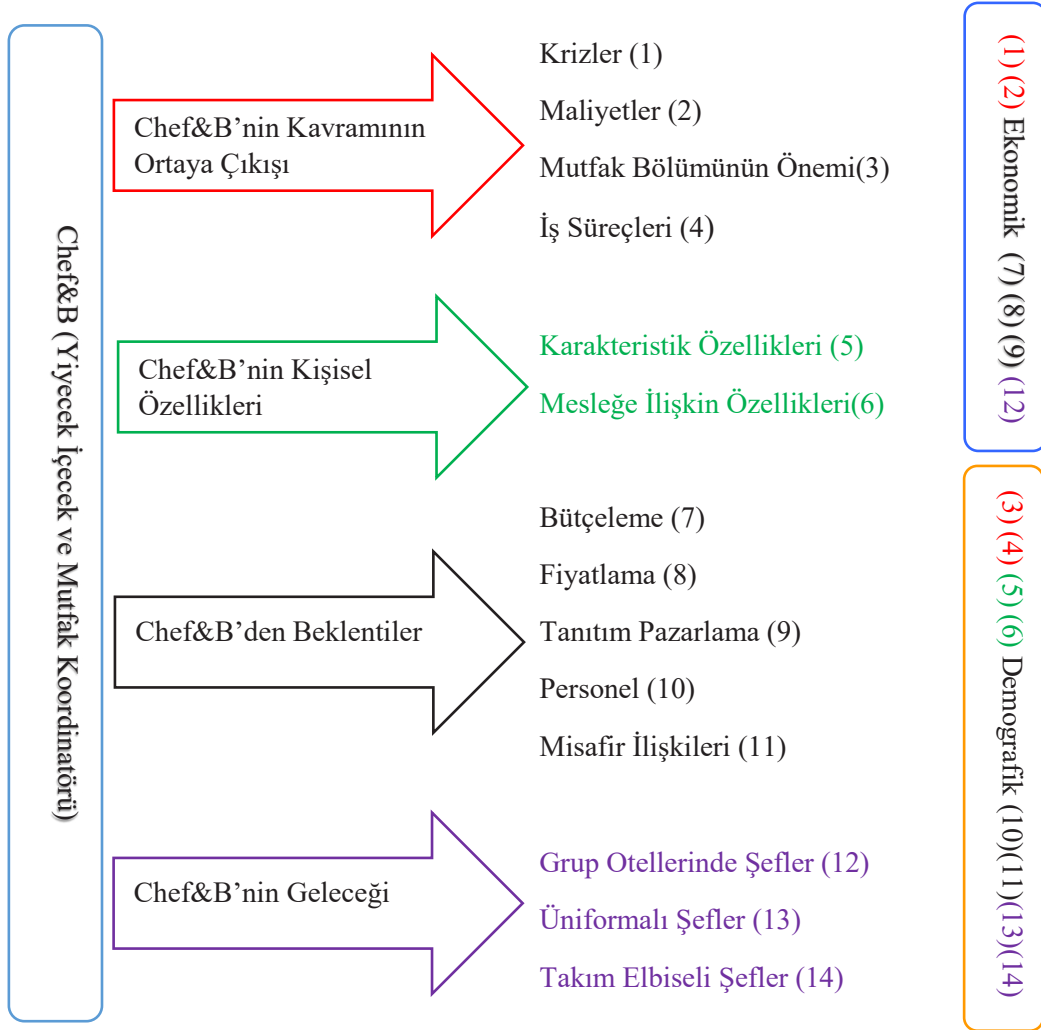
kavramını açıklanmasında ekonomik özellikleri içerirken 3,4,5,10,11,13 ve 14 nolu alt temalar demografik öğeleri kapsamaktadır.

K9	Chef&B pozisyonunda görev yapan kişinin öncelikle matematik bilmesi gerekir. Çünkü yıllık gelir gider hesaplarını yapabilmesi gerekiyor. Bütçeler bu şekilde hazırlanıyor. Yeni sistemde bunu bizler yapıyoruz.
K3	Şefler bugüne kadar yiyecek maliyetlerine hâkimdi. Bu Chef&B pozisyonu ile içecek maliyetlerini de hesaplamaya başladılar. Çünkü beverage (içecek) kısmı da önemli. Maliyete hâkim olduğunuzda fiyatlama yapmak daha rasyonel oluyor.
K1	Menü planlaması, dış satış birimlerinin oluşturulması, banket organizasyonları için tanıtım çalışmaları, promosyonlar bunların hepsi Chef&B'den beklenenler. Tanıtım pazarlama belki de en önem verdiğimiz konu.
K6	Şimdi siz mutfak yöneticisi gibi davranırsanız servis çalışanlarını küstürürsünüz. Birbirinden ayrı olmayan iki departmanı bir arada tutabilecek dengeyi sağlamak çok önemli. Personelin işe alımından, eğitimine ve terfiinden ödüle her alanda adaletli olmanız beklenir.
K12	Sorun ortaya çıkmadan çözecek bir misafir ilişkiniz olmalı. Chef&B konuklarını iyi tanımalı, beklentilerini iyi analiz edip operasyonu bu doğrultuda yönlendirebilmelidir.
K14	Yiyecek içecek bölümünün sorumlusu olan Chef&B'den yatırımcının, müşterinin ve personelin ayrı ayrı beklentileri var. Bunları dengede tuttuğunuz sürece başarılı olursunuz.

ilişkin oluşturulan bu temada takım elbiseli şefler ve şef ceketli şefler alt temaları demografik özellikleri temsil

K2	Önümüzdeki yıllarda şefleri yönetici pozisyonunda daha sık göreceksiniz.
K1	Şefler şeflik pozisyonundan ve şef kıyafetinden vazgeçmek istemiyor. Bu nedenle yeni pozisyon isimlerinde şef eklentisi var.
K6	Özellikle şehir otellerinde satış departmanının Chef&B'ye bağlandığını göreceğimize inanıyorum.
K7	Takım elbise şeflere yakıştı. Yıllarca mutfakta edindikleri yöneticilik deneyimlerini yiyecek içecek departmanının tamamını direktte etmekte kullanıyorlar.
K10	Mutfak servisi iki başlılığının ortadan kalktığını gören işletmecilerin bu yönetim tarzına yöneleceklerini tahmin ediyorum.
K11	Şeflerin dünya vatandaşı olması gerekiyor ki uluslararası otel zincirlerinde çalışabilsin. Her şefin hayalinde bu zincir otellerde yönetici olarak çalışmak vardır.
K4	Şu an Chef&B dışında bir de "cluster chef" (grup otel şefi) kavramı var. Demem o ki şefler yiyecek içecek departmanının yöneticiliğini her yönüyle sahiplenmektedirler.

Şekil 2: Chef&amp;B kavramına ilişkin temalar



## TARTIŞMA VE SONUÇ

Otel işletmelerinin başarısında önemli bir yeri olan yiyecek içecek bölümü farklı yetkinliklere sahip personelin bir arada görev yaptığı alan olarak öne çıkmaktadır. Ekonomik sosyal, kültürel birçok gelişmenin hızlı bir şekilde yaşandığı günümüz dünyasında işletmeler bu durumlara uyum sağlayabilmek için çaba sarf etmektedir. Değişim yönetimi (reengineering) olarak tanımlanan bu karmaşık sürecin önemli aşamalarından biri de organizasyon yapısının yeniden düzenlenmesidir.

Ocak ve Karaman (2022) yiyecek içecek işletmelerinin değişimleri takip ederek elde ettikleri veriler ile yeniden yapılanma ihtiyaçlarını ortaya koymaları gerektiğini belirtmiştir. Chef&B pozisyonunun ortaya çıkışı yaşanan değişimlere paralel olarak değişim yönetimi kapsamında gerçekleşmektedir.

Yiyecek içecek departmanlarının organizasyon yapılarını yeniden organize edilmesi bir takım yenilikleri gündeme getirmiştir. Eren (2019) yiyecek içecek müdürlerini (F&B) mutfak, servis, bar ve banket organizasyonlarından sorumlu tepe yöneticisi olarak görev yapan ve çoğunlukla servis bölümü içerisinde yükseklen kişiler olduğunu belirtmiştir. Öyle ki ortaya çıkan yeniliklerin sektörde yapısal olarak karşılık bulması da mümkün olabilmektedir. Yeni bir iş pozisyonu olarak tanımlanan ve "Yiyecek İçecek ve Mutfak Koordinatörlüğü" olarak Türkçeye çevrilen Chef&B kavramı da bu kapsamda değerlendirilir. Mutfak yöneticisi olarak görev yapan aşçıbaşlarının (executive chef) tüm yiyecek içecek departmanının yöneticiliğini üstlendiği bu pozisyonun ortaya çıkmasında krizler ve yüksek maliyetler gibi ekonomik faktörler etkili olabilmektedir. Zira mutfak yöneticiliği görevini yürüten personele yiyecek içecek bölümüne ait bütçeleme, fiyatlama ve tanıtım pazarlama gibi görevlerin verilerek ekonomik olarak daha fazla kazanç elde etmek amaçlanabilir. Şöyle ki



zincir ya da grup otel işletmelerinde yiyecek içecek hizmetleri konusunda standardı sağlayarak verimliliği arttırmaya yönelik grup otel şefliği (cluster chef) kavramı da yine ekonomik nedenlere dayandığı düşünülebilir.

Chef&B kavramının ortaya çıkmasında ekonomik faktörlerin yanında son yıllarda mutfak bölümünün ve şeflik mesleğinin öne çıkmasına bağlı olarak değişen iş süreçlerinin de etkili olduğu söylenebilir. Güllü ve Yaman (2018) yiyecek içecek işletmelerinde maliyet kontrolüne ilişkin tutum ve davranışları ile yöneticilerin demografik özelliklerinin arasında anlamlı farklılıklar olduğunu ortaya koymuştur. Chef&B'nin kişisel özellikleri de demografik özellikler olarak değerlendirilebilir. Bu özellikler ile hızlı karar alabilen bütünsel bir yapının tüm taraflara güven vereceği düşünülebilir. Mutfak, servis, bar gibi operasyonel mesleki bilgilerin araştırmacı, sosyal ve vizyoner bir kişilik bu görevi yürütecek kişilerin sahip olması gereken mesleki ve karakteristik kişilik özelliklerinden bazılarıdır.

Nebel ve ark.. (1994) yiyecek içecek müdürlerinin otel genel müdürlüğüne yükselmeyi amaçladıklarını ortaya koydukları çalışma ile mutfak şeflerinin takım elbise giyerek yöneticilik pozisyonlarını hedeflemesi örtüşmektedir. Bu donanım ile yönetsel boyutta birimini takım elbiseli üniforması ile temsil ederken şef ceketini işin mutfağına girebilecek yeterlilikte kişiler olduğu söylenebilir. Şef profilinin değişmesine bağlı olarak gelecekte gerek yöneticiliği gerekse şefliği bir arada yürüten Chef&B'lerin adını daha sık duyulacağı söylenebilir.

Mutfakta yönetici olarak çalışan şeflerin yaratıcı ve yenilikçi çalışmaları yemekler ve pastacılık açısından ele alınmıştır (Albors-Garrigos ve ark., 2013; Lee ve ark., 2019; Mohanty ve ark., 2022). Mutfak şefliğinden yükselerek Chef&B görevini yapan yöneticilerin içecekler konusunda da yetkin oldukları araştırma ile ortaya çıkmıştır.

Bu çalışma ile sorgulanan "Chef&B kimdir?" sorusuna yanıt aranmaya çalışılmıştır. Yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen veriler doğrultusunda sektöre, politika yapıcılara ve araştırmacılara bir takım öneriler getirilebilir.

Sektör temsilcileri, mutfak yöneticilerinin seçiminde ve terfilerinde finansal, operasyonel ve yönetsel yeterlilikleri belirgin bir şekilde dikkate alabilir. Yiyecek içecek müdürü yerine Chef&B pozisyonu ile çalışmaya devam etmenin yatırımcıya sağlayacağı ekonomik faydalar yadsınamaz bir gerçekliktir. Ancak özellikle mutfak bölümünde yönetici eksikliğinin yahut servis ve içecek bölümünde olası aksaklıkların göz ardı edilmeyip önleyici tedbirlerin alınması gerekebilir.

Yiyecek içecek hizmetleri alanında iş gören pozisyonlarına eleman yetiştiren eğitim kurumlarının bölümler arasında yatay ve dikey geçişlerin yaşanabileceğinden hareketle kişilerin yeterliliklerini bu duruma göre oluşturmaları; aşçıların yemek yapma dışında yabancı dil, finansal okuryazarlık, servis-içecek bilgisi gibi konularda kendilerini yetiştirmeleri gerekmektedir. Bu amaçla Aşçılık, gastronomi ve mutfak sanatları, yiyecek içecek işletmeciliği gibi alanlarda eğitim müfredatlarına pazarlama, halkla ilişkiler, maliyet muhasebesi gibi işletmecilik dersleri eklenebilir.

Çalışmanın bir yan sonucu olabilecek durumda gastronomi alanında eğitim alan kişilerin servis bölümünden ziyade mutfakta çalışmak konusunda eğilim gösteriyor olmalarına yönelik ifadelerdir. Bu bağlamda gelecek araştırmalarda mutfağın zorlu çalışma koşullarına rağmen kişilerin neden servis bölümünden ziyade aşçılık mesleğini tercih ettikleri araştırılabilir.

Her araştırmanın olduğu gibi bu araştırmanın da bazı kısıtları bulunmaktadır. Öncelikle bu araştırma kapsamında Türk şeflere ulaşılmıştır. Bu nedenle sonraki araştırmalarda Chef&B pozisyonunda farklı ülkelerde çalışan şeflerle kapsam genişletilebilir. Bunun dışında araştırma sadece Chef&B kavramını açıklamaya yöneliktir. Bu bağlamda şeflerin yürüttüğü farklı yöneticilik pozisyonlarına değinilmemiştir. Sonraki çalışmalarda cluster chef (grup otel şefliği) gibi farklı yönetici şeflik pozisyonları incelenebilir. Yine gelecek çalışmalarda araştırma grubuna işletme yöneticileri (yatırımcılar) yiyecek içecek departmanı çalışanları ve müşteriler dâhil edilerek Chef&B'nin sahip olması gereken özelliklere yönelik paydaş temelli bir araştırma yapılabilir.

## KAYNAKÇA

- Abbate, T., Presenza, A., Cesaroni, F., Meleddu, M., & Sheehan, L. (2019). Creativity and innovation in haute cuisine restaurants: Factors affecting the creative process of Michelin-rated chefs. *Sinergie*, 37(1), 109-124.
- Aktan, C. C. (2011). Organizasyonlarda değişim yönetimi: Değişim mühendisliği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(1), 67-78.
- Albors-Garrigos, J., Barreto, V., García-Segovia, P., Martínez-Monzó, J., & Hervás-Oliver, J. L. (2013). Creativity and Innovation Patterns of Haute Cuisine Chefs. *Journal of Culinary Science & Technology*, 11(1), 19-35. <https://doi.org/10.1080/15428052.2012.728978>
- BALTACI, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 231-274.
- Bayram, M. (2011). Otel işletmelerinin genel müdür profillerinin değerlendirilmesi üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1), Article 1.
- Brien, A. (2004). Do I want a job in hospitality? Only till I get a real job. *Proceedings of the New Zealand tourism and hospitality research conference*, 35-42.
- Bucak, T., & Yiğit, S. (2021). The future of the chef occupation and the food and beverage sector after the COVID-19 outbreak: Opinions of Turkish chefs. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102682.
- Cinnioğlu, H., Atay, L., & Diker, O. (2019). *Yiyecek içecek işletmeleri çalışanlarının yöneticilerinde algıladıkları liderlik davranışı ile işten ayrılma niyetleri arasındaki ilişki*.
- Çalışkan, S., & Gürbüz, A. K. (2022). Otellerde Yıldız Sisteminin İşlevselliğinin Müşteri Görüşleri Işığında Değerlendirilmesi. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 162-182.
- Çapar, M. C., & Ceylan, M. (2022). Durum çalışması ve olgubilim desenlerinin karşılaştırılması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 295-312.
- Demirer, H., & Özdemir, F. (2016). *Hatay İli 3, 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmeleri yiyecek içecek bölümü organizasyon yapıları üzerine bir inceleme*. <https://doi.org/10.21325/jotags.2016.27>
- Eğilmez, A. İ. (2008). *Organizasyonlarda reorganizasyon ve örgütsel bağlılık üzerine Kocaeli Bölgesinde bir araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Kocaeli Üniversitesi. Kocaeli.
- Ekincek, S., & Günay, S. (2023). A recipe for culinary creativity: Defining characteristics of creative chefs and their process. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 31, 100633.
- Eren, R. (2019). Yiyecek içecek müdürlerinin kariyer basamakları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 169-184.
- Eren, R., & Aydın, A. (2020). Perceptions and attitudes of culinary students towards food and beverage industry in Turkey. *Journal of Culinary Science & Technology*, 18(5), 371-395.
- Gottardello, D., & Karabag, S. F. (2022). Crisis innovation: A study of Michelin-starred restaurants' strategic renewal and alignment. *International Hospitality Review*. <https://doi.org/10.1108/IHR-03-2022-0010>
- Güllü, Ö. Ü. M., & Yaman, Ö. Ü. M. (2018). Yiyecek ve içecek işletmelerinde maliyet kavramı: dört ve beş yıldızlı otellerde bir uygulama. *Manas Journal of Social Studies*, 7(4), 593-606.
- Harrington, R. J., & Ottenbacher, M. C. (2013). Managing the Culinary Innovation Process: The Case of New Product Development. *Journal of Culinary Science & Technology*, 11(1), 4-18. <https://doi.org/10.1080/15428052.2012.754724>
- Hjalager, A.-M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1-12.
- Işık, I., & Yılmaz, B. B. (2016). *Konaklama işletmelerinde yiyecek içecek maliyet kontrolü ve Çanakkale ilinde bir uygulama*. <http://acikerisim.comu.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12428/1594>
- İbiş, S. (2022). Gastronomi ve inovasyon ilişkisi üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), Article 2.
- Karataş, Z. (2017). Sosyal bilim araştırmalarında paradigma değişimi: Nitel yaklaşımın yükselişi. *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 68-86.
- Kılınç, E., Varol, F., & Samur, R. (2021). Yiyecek içecek işletmelerinde çalışanların yönetici koçluk davranışı algısının iş tatmini üzerindeki etkisinin incelenmesi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(1), 608-618.
- Ladkin, A. (2002). Career analysis: A case study of hotel general managers in Australia. *Tourism Management*, 23(4), 379-388. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00092-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00092-9)
- Lane, C. (2010). The Michelin-starred restaurant sector as a cultural industry: A cross-national comparison of restaurants in the UK and Germany. *Food, Culture & Society*, 13(4), 493-519.

- Lee, K.-S., Blum, D., Miao, L., & Tomas, S. R. (2019). The duality of a pastry chef's creative process: A portraiture study. *Events and Tourism Review*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.18060/22958>
- Madeira, A., Palrão, T., Mendes, A. S., & Ottenbacher, M. C. (2022). The culinary creative process of Michelin Star chefs. *Tourism Recreation Research*, 47(3), 258-276. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1958170>
- Mehrad, A., & Zangeneh, M. H. T. (2019). Comparison between qualitative and quantitative research approaches: Social sciences. *International Journal For Research In Educational Studies, Iran*, 5(7), 1-7.
- Mohanty, P. P., Tiwari, S., & Balakrishnan Nair, B. (2022). Analysing Food Innovation Drivers: Chefs' Perspectives. *Journal of Culinary Science & Technology*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/15428052.2022.2036661>
- Nebel, E. C., Braunlich, C. G., & Zhang, Y. (1994). Career paths in American luxury hotels: Hotel food and beverage directors. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 6(6), 3-9.
- Nebel, E. C., Lee, J.-S., & Vidakovic, B. (1995). Hotel general manager career paths in the United States. *International Journal of Hospitality Management*, 14(3), 245-260. [https://doi.org/10.1016/0278-4319\(95\)00026-7](https://doi.org/10.1016/0278-4319(95)00026-7)
- Obrien, P. W. (2017). Climbing The Hospitality Career Ladder: Career Guidance Insights From Social Networking Profiles. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 2(1), 1-17.
- Ocak, N., & Karaman, G. (2022). Türkiye'de yiyecek içecek sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin kurumsallaşması: hukuksal yapı ve reorganizasyon. *Journal of gastronomy, hospitality and travel (Online)*, 5(1), 157-169.
- Özel, K. (2003). *Otel İşletmelerinin Yiyecek-İçecek Bölümlerinde Yeniden Yapılanmanın Uygulanması: Beş Yıldızlı Otel Örneği*.
- Saydam, M. B., Olorunsola, V. O., & Arici, H. E. (2022). Key attributes of michelin 3-star restaurants' experiences: evidence from tripadvisor. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(1), 62-74.
- Sökmen, A. (2014). *Yiyecek İçecek hizmetleri Yönetimi ve İşletmeciliği* (7. bs). Detay Yayıncılık.
- Subaşı, M., & Okumuş, K. (2017). Bir araştırma yöntemi olarak durum çalışması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 419-426.
- Şişman, F. (2007). *İşletmelerde yeniden yapılanma süreci ve bunun çalışanların iş tatmini ve örgüte bağlılıkları üzerindeki etkisi (Bir kamu kuruluşunda uygulama)*.
- Tasci, A. D. A., Wei, W., & Milman, A. (2020). Uses and misuses of the case study method. *Annals of Tourism Research*, 82, 102815. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102815>
- Taşdağıtıcı, E., & Güçer, E. (2016). Yiyecek içecek işletmelerinin sınıflandırma sistemleri: işletmelerin algısına yönelik bir uygulama. 3rd International Congress of Tourism & Management Researches. 1120-1138.
- Vargas-Sanchez, A., & López-Guzmán, T. (2022). Creative process and culinary experiences in michelin-starred restaurants. *Journal of Culinary Science & Technology*, 20(2), 97-116. <https://doi.org/10.1080/15428052.2020.1808137>
- Vu, O. T. K., Duarte Alonso, A., Bressan, A., Tran, L. N., Tran, T. D., & Nicholson, G. J. (2023). Is the cooking profession still 'hot'? A qualitative cross-national study of chefs' career perceptions. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54, 255-267. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.12.021>
- Wang, Y.-F., & Tsai, C.-T. S. (2012). Analysis of career competency of food and beverage managers in international tourist hotels in Taiwan. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 612-616.

**Destek Bilgisi:** Bu çalışmanın hazırlanması sürecince herhangi bir bireyden ya da kurumdan aynı ya da nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm Akademik Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarına aittir.

**Bilgilendirilmiş Onam Formu:** Yazar kendi rızası ile çalışmaya dâhil olmuştur.

**Etik Kurul Onayı:** Bu çalışmada kullanılan verilerin toplanması için gerekli olan etik kurul onayı, Kastamonu Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etiği Kurulundan 04.08.2022 tarih ve 2022/17 sayılı kararı ile alınmıştır.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** 1. Yazar = 100%

## EXTENSIVE SUMMARY

**Who is Chef&B? New Trend in Gastronomy Food Beverage and Kitchen Coordinator****Serkan ÇALIŞKAN\***

The hospitality industry, which is one of the service industry business lines, includes many fields. One of the main service branches in the field of tourism and hotel management is food and beverage services. Changing market conditions and differentiating customer demands require businesses to be open to all kinds of innovations. These changes manifest themselves in the physical superstructure, technological infrastructure or workforce planning of the enterprises.

The workforce planning of the positions in the organizational structure of the enterprises is very important especially for the labor-intensive sectors. The food and beverage departments operating within the hotel businesses contain a structure in which the kitchen and service departments are managed together. It is the responsibility of the food and beverage manager to work in harmony with these two departments, which require different skills and expertise. In addition, keeping customer satisfaction at the highest level and ensuring maximum profit with minimum cost are among the responsibilities of food and beverage managers. Food and beverage managers are expected to have both operational, financial and managerial competencies.

This study, which deals with the situation of the food and beverage directorate, which is a position responsible for the management of the food and beverage department in the service sector, aims to reveal what features a new concept, Chef&B (food and beverage directorate and kitchen coordinator) should have. For this purpose, interviews were conducted with 14 people who worked or worked as Chef&B using a semi-structured interview form. The study group determined according to the snowball sampling method was limited when the individuals started to repeat.

Studies trying to reveal the functioning of the food and beverage department (Güllü & Yaman, 2018) tried to explain the career paths (Nebel et al., 1994) and career goals (Eren, 2019) of food and beverage managers. Wang & Tsai (2012) tried to analyse the career competencies of food and beverage managers. In the study (Eren & Aydin, 2020) conducted with students who are educated in this field and will be the

sector employees of the future, it is stated that they have negative attitudes towards managers. In the study, in which 69 chefs from two different countries such as Australia and Vietnam participated, it is revealed that the professional cookery profession, which maintains its popularity as a current profession, should have managerial characteristics such as being a pioneer, inspiring and being determined (Vu et al., 2023). In the study on the future of chefs in the food and beverage industry after Covid-19, it is stated that the chefs working as managers in the kitchen department have optimistic thoughts about the future of the industry and that the profession will gain even more importance (Arıcı, 2021; Bucak & Yiğit, 2021).

Developments in today's world require businesses to adapt to the developing conditions. Processes such as the differentiation of customer demands, changes in competition conditions, and reshaping of the market structure cause the systems that previously worked successfully to be questioned. These changes in the outside world also affect the organizational structure of the food and beverage department, which is one of the three main service units of hotel businesses. In this case, restructuring processes are applied.

The concept of restructuring includes all the efforts made to bring the organizational structure to the most efficient structure possible by reviewing the failing aspects of the organizational structure in line with current developments. The radical structural arrangements of enterprises in the face of changes are structuring that covers wide processes, requires serious studies and is carried out within a program. It has been observed that 70% of the businesses that have implemented restructuring have been unsuccessful (Private, 2003). Businesses that cannot afford these radical changes may change the distribution of units and positions within the organizational structure (Eğilmez, 2008). This process, called reorganization, is only a part of restructuring (Aktan, 2011).

Restaurants, banquet halls, bars with beverage service and the kitchen where food production takes place are the responsibility of the food and beverage department within the hotel establishments. The organization of these complex, independent but complementary services is very important for the success of the business (Taşdağıtici, 2016). The size of the hotel and the number of stars it has also provide information about the food and beverage operation (Çalışkan, & Gürbüz, 2022). The multi-faceted structure of the food and beverage department and variable conditions cause the competence and expertise of the food and beverage manager to be on the agenda.

\* Corresponding author at: Kastamonu University, Tourism Faculty, Department of Gastronomy and Culinary Arts, E-Mail Address: serkancaliskan@kastamonu.edu.tr



In this study, a phenomenological design, one of the qualitative research methods, was used in order to understand what this new position, which is expressed as food and beverage and kitchen coordinator (chef&b) as a new concept in food and beverage departments, is understood.

Interviews were asked questions in a semi-structured interview form. In the preparation of the interview questions, the studies on food and beverage managers in the literature, news on Chef&B and the opinions of the chefs were used. The questions were finalized with the opinions of three different academicians. The questions in the interview form are as follows:

1. What are the characteristic personal characteristics of the person who will work in the position of Chef&B, that is, food and beverage and kitchen director?
2. What should be the knowledge, skills and abilities of the person who works as a manager at the Chef&B level?
3. What are the attitudes and behaviours that Chef&B should display during his/her job?

The interviews were recorded with a voice recorder in line with the permission of the participants. Within the scope of the research, 14 chefs were interviewed. The study was terminated when it was understood that the subjects and the responses started to repeat. Content analysis method was used in the analysis of the obtained data. First of all, the obtained data were categorized and made into themes. The findings, which were made into themes under four items in line with the data obtained within the scope of the research, were tried to be explained under the headings of 1) The Emergence of the Chef&B Concept, 2) The Emergence of the Chef&B Concept, 3) The Expectations from Chef&B, and 4) The Future of the Chef&B Concept.

When the data obtained regarding the emergence of the concept of Chef&B (food and beverage and kitchen coordinator), which emerged as a new job position, were evaluated, it was seen that there were sub-themes such as crises, cost advantage, the importance of the kitchen department and business processes. The crisis experienced during the Covid-19 process has caused tourism businesses to shrink in their positions. This shrinkage in the organizational structure has manifested itself not only in the mid-level workforce, but also in the senior management. The first thing that comes to mind is the reduction of costs, which is one of the measures that ensure the survival of businesses in crises. Personnel costs, one of the important expense

items of service businesses, were influential in the emergence of the Chef&B concept. So much so that a manager's salary is saved by eliminating the position of F&B manager and assigning his duties to the new Chef&B, who works as executive chef (head chef). It can be thought that the importance attached to the kitchen section by both the investors and the staff played a role in the emergence of the Chef&B concept. The Chef&B concept is a position that manages the kitchen and service departments. In this respect, it characterizes the position of people who should have leadership qualities along with their managerial characteristics. Persons performing this task are expected to have professional knowledge, skills and experience in their field, as well as their managerial skills. In this sense, there are some personal characteristics that include both the manager's managerial characteristics and professional skills. Chef&Bs take responsibility for the budget, pricing, promotion and marketing, personnel and customer relations expected from them with their personal and managerial characteristics. The differentiation of the chef profile over the years and the difficulty of finding a food and beverage manager to manage this chef have made the chefs come to the fore. It should not be a surprise that managers who have the ability to manage the service, kitchen and office come out of the kitchen. The fact that these managers may not be satisfied with the management of the food and beverage department are also clues for the future.

Questioned by this study, "Who is Chef&B?" An attempt was made to find an answer to the question. In line with the data obtained as a result of the interviews, some suggestions can be made to the sector, policy makers and researchers. This research also has some limitations. First of all, Turkish chefs were reached within the scope of this research. Therefore, in future research, the scope can be expanded with chefs working in different countries in the Chef&B position.







# Turizm Akademik Dergisi

## Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



## Genişletilmiş Norm Aktivasyon Teorisi ve Dini Değerler Bağlamında Dışarıda Yemek Yiyen Müşterilerin Gıda İsrafını Azaltma Davranışını Anlamak\*

Kadir ÇETİN<sup>a\*\*</sup>

<sup>a</sup> Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, BURDUR,  
E-mail: kcerin@mehmetakif.edu.tr ORCID: 0000-0003-0102-8913

### Öz

Türkiye’de ev dışı gıda tüketiminin ve dışarıda yemek yiyenlerin oranının artmasıyla birlikte gıda atığı sorununun artacağı düşünülmektedir. Gıda atığı sorunu, sadece ekonomik kayıplara neden olmakla kalmayıp aynı zamanda çevre kirliliği, doğal kaynakların israfı ve toplumsal adaletsizlik gibi birçok sosyal soruna da yol açmaktadır. Bu çalışmanın amacı, genişletilmiş norm aktivasyon teorisi ve dini değerler bağlamında dışarıda yemek yiyenlerin gıda atığını azaltma davranışını anlamak ve bu faktörlerin davranışsal niyet üzerindeki etkisini incelemektir. Bu amaçla çalışma, Türkiye’nin farklı bölgelerinden dışarıda yemek yiyen 18 yaşında büyük 415 kişi ile gerçekleştirilmiş ve araştırma modeli Kısmi En Küçük Kareler Yapısal Eşitlik Modellemesi’ne dayalı olarak test edilmiştir. Araştırma, sorumluluk atfetmesinin, sonuç farkındalığının, öz yeterliliğin ve dini değerlerin kişisel normu aktif hale getirerek gıda atığını azaltmaya etkili bir şekilde teşvik edebileceğini göstermiştir. Buna ek olarak kişisel norm ve öz yeterliliğin, gıda atığını azaltma niyeti üzerinde önemli bir pozitif etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Ancak, beklenmeyen bir sonuç olarak, dini değerlerin davranışsal niyet üzerinde herhangi bir etkisi olmaması ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Gıda atığını azaltma, norm aktivasyon modeli, öz yeterlilik, dini değerler.

## Understanding the Food Waste Reduction Behavior of Diners Eating Out in the Context of Extended Norm Activation Theory and Religious Values

### Abstract

It is thought that the problem of food waste will increase with the increase in the consumption of out-of-home food and the rate of those who eat out in Turkey. The problem of food waste not only causes economic losses but also causes many social problems such as environmental pollution, waste of natural resources, and social injustice. The aim of this study is to understand the food waste reduction behavior of diners in the context of extended norm activation theory and religious values and to examine the effect of these factors on behavioral intention. For this purpose, the study was carried out with 415 people over 18 years old who ate out in different regions of Turkey, and the research model was tested based on the Partial Least Squares Structural Equation Modeling. Research has shown that attribution of responsibility, outcome awareness, self-efficacy, and religious values can effectively encourage the reduction of food waste by activating the personal norm. In addition, personal norms and self-efficacy were found to have a significant positive effect on the intention to reduce food waste. However, as an unexpected result, it was revealed that religious values did not have any effect on behavioral intention.

**Keywords:** Food waste reduction, norm activation model, self-efficacy, religious values.

JEL CODE: Q01, L66

*Makalenin Geçmişi:*

Gönderim Tarihi : 03.05.2023

Düzeltilme : 25.05.2023

Kabul : 05.10.2023

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Çetin, K. (2023). Genişletilmiş Norm Aktivasyon Teorisi ve Dini Değerler Bağlamında Dışarıda Yemek Yiyen Müşterilerin Gıda İsrafını Azaltma Davranışını Anlamak, Turizm Akademik Dergisi, 10 (2), 213-230.

\* Bu çalışma için Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi 01.03.2023 tarihli ve 2023/03-GO 2023/134 sayılı “Etik Kurul Onayı” alınmıştır.

\*\* Sorumlu yazar e-posta: kcerin@mehmetakif.edu.tr

## GİRİŞ

Tüm dünyada gıda atığı konusunda önemli bir farkındalık oluşmaya başlamıştır (Katt & Meixner, 2020; Kim, Hall & Kim, 2020). Çünkü gıda atığı gıda güvenliğini destekleyen enerji, su, toprak ve yakıt gibi birçok kaynağın (Nahman, de Lange, Oelofse & Godfrey, 2012) israf edilmesine neden olduğu için gıda güvenliğini attırmaktadır (Dhir, Talwar, Kaur & Malibari, 2020; Kaur, Dhir, Talwar & Alrasheedy, 2021). Buna ek olarak düzenli depolama alanlarında gıda atığı güçlü bir sera gazı (GHG) olan metan (Porter vd., 2016) ürettiği için iklim değişikliğini de hızlandırmaktadır (Dhir ve ark., 2020; Kaur ve ark., 2021; Ramukhwatho, duPlessis & Oelofse, 2018). Ayrıca gıda atıklarının iklim değişikliğini küresel havacılıktan en az üç kat daha fazla etkilediği tahmin edilmektedir (Brownlow, 2021). Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), yıllık küresel gıda atığının sosyal maliyetinin yaklaşık 900 milyar ABD doları ve çevresel maliyetinin ise yaklaşık 700 milyar ABD doları olduğunu hesaplamıştır (FAO, 2014). Gıda atığının çevresel ve ekonomik etkilerine ek olarak sosyal yönü de vardır. Çünkü dünya nüfusunun yaklaşık 3,1 milyar insanın sağlıklı bir diyetle erişimi yoktur ve çöpe atılan yenilebilir gıdalar ile her yıl 1,26 milyar aç insanın doyurulabileceği tahmin edilmektedir (FAO, 2022). Sonuç olarak gıda atığı çeşitli çevresel, ekonomik ve sosyal etkileri olan kritik bir küresel sorundur (Dhir ve ark., 2020; Filimonau & Coteau, 2019; Luu, 2020).

Küresel bir sorun olmasından dolayı gıda atığı konusu birçok farklı açıdan incelenmiştir. Konaklama sektöründeki çalışmalar, restoran çalışanlarının gıda atığına ilişkin tutumları (Goh & Jie, 2019), çalışanlar tarafından üretilen atıklara ve azaltma stratejileri (Filimonau & Coteau, 2019; Okumus, Taheri, Giritlioglu & Gannon, 2020; Principato, Pratesi & Secondi, 2018), konaklama endüstrisindeki gıda israfına bakış açısı (Okumus ve ark., 2020), sektörde kullanılan gıda geri dönüşüm ve atık imha yöntemleri (Sakaguchi, Pak & Potts, 2018) restoran misafirlerinin gıda atığı tutum ve davranışsal niyetleri (Özekici, 2022) gibi konulara odaklanmıştır. Konaklama sektörünün en büyük üç atık üreticisi arasında yer aldığı ve toplam atığın yaklaşık %12'sini oluşturduğu (Dhir ve ark., 2020; Filimonau & Coteau, 2019; Tostivint, Östergren, Qested, Soethoudt, Stenmarck, Svanes & O'Connor, 2016) düşünüldüğünde bu alandaki araştırmacıların konuya odaklanması şaşırtıcı değildir. Ayrıca turizmdeki büyümenin teşvik ettiği dışarıda yemek yeme eğiliminin artması bu sektördeki gıda atıklarının hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için önemli bir sorun haline gelmesine neden olmuştur (Wang, Liu, Liu, Liu, Gao, Zhou, Goa & Cheng, 2017).

Türkiye'de ev dışı gıda tüketim pazarı istikrarlı bir şekilde büyümesine (ETUDER, 2016) karşın ev dışı yemeklerde gıda atığı ile ilgili tüketici davranışlarına ilişkin çalışmaların sınırlı olduğu söylenebilir. Demirel ve Hatirli (2020) tüketicilerin 2015 yılında ev dışı gıda harcamalarının 50 milyar ₺ olduğunu ve gelecekte artmaya devam edeceğini belirtmiştir. Dışarıda yemek yiyenlerin oranı ise 2017 ile karşılaştırıldığında 2021 yılında %22 arttığı görülmektedir (Metro ve Konda, 2021). Dışarıda yemek yiyenlerin sayısı artmasına karşın Türkiye'de tüketicilerin ev dışı gıda atığı miktarına ilişkin bir veri bulunmamaktadır. Ancak Türkiye'de yılda kişi başına evsel gıda atığı 93 kg olduğu düşünüldüğünde ev dışı gıda atık miktarının toplum için ciddi bir sorun olduğu söylenebilir. Bundan dolayı hem sürdürülebilirlik hem de gıda güvenliği açısından gıda atığını azaltmaya yönelik stratejiler geliştirmek ve nedenlerini anlamak çok önemlidir.

Araştırmanın amacı, genişletilmiş norm aktivasyon teorisi ve dini değerler bağlamında dışarıda yemek yiyen tüketicilerin gıda atığını azaltma davranışlarını anlamaktır. Buna ek olarak konaklama, yiyecek ve içecek işletmelerinin tüketici gıda atığı davranışlarını daha iyi anlaması, önlemler alması ve sosyal sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmeleri için öneriler sunmaktır. Ayrıca alanyazındaki araştırmaların tüketici gıda davranışlarını etkileyen sosyo-demografik faktörlere (Grandhi & Singh, 2016) ve restoranlardaki gıda atığı yönetimi operasyonlarına ve gıda atığı miktarının azaltılmasına (Charlebois, Schwab, Henn & Huck, 2016; Pappargyropoulou, Wright, Lozano, Steinberger, Steinberger & Ujang, 2016) odaklandığı görülmektedir. Türkiye'de gıda atığına ilişkin yapılan araştırmalar yiyecek içecek işletmelerinde gıda atığı miktarının azaltılması, gıda atığının alternatif kullanım alanları, yönetimi, evsel gıda atığı davranışları gibi konulara odaklandığı görülmektedir. Bundan dolayı bu çalışma özellikle dışarıda yemek yiyen tüketicilerin gıda atığı azaltma davranış niyetlerini etkileyen değişkenlerin ve bu değişkenlerin anlaşılmasında aslında daha büyük öneme sahip olan psikolojik faktörleri incelediği için önemlidir.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE HİPOTEZLER

### Genişletilmiş Norm Aktivasyon Teorisi

Norm Aktivasyon Teorisi (NAT), kişisel normların çevre yanlısı davranışlara dönüştürülmesini etkileyen bilişsel süreçleri ve belirleyicileri aydınlatmak için çeşitli araştırma alanlarında yaygın olarak kullanılan önemli bir teorik çerçevedir (Groot & Steg, 2009; Setiawan, Afiff & Heruwasto 2020; Yan & Chai, 2021). NAT'a göre, kişisel normların aktivasyonu, davranışsal niyetleri şekillendiren belirli öncüllerin varlığına bağlıdır. Bu öncüller, davranışla ilişkili sonuçların farkındalığını, bu sonuçların sorumluluğunun atfedilmesini

ve kişisel normun kendisinin belirginliğini ve gücünü içerir (Han & Hwang, 2016; Song, Cai, Yuen, & Wang, 2023). Bu teori Wang, Li, Li ve Chen (2022) tarafından genişletilmiştir. Bu kapsamda kişisel normların aktivasyonu, davranışsal niyetleri şekillendiren belirli öncüllere öz yeterlilik eklenmiştir. Teori, kişisel normların, eylemlerini içselleştirilmiş değerleri ve ahlaki standartlarıyla uyumlu hale getirmede bireylere rehberlik ettiğinden, çevre yanlısı davranışların ardındaki merkezi motivasyon gücü olarak hizmet ettiğini öngörmektedir (Schwartz & Howard, 1981). NAT, bilişsel süreçler, ahlaki düşünceler ve davranış arasındaki karmaşık etkileşim hakkında değerli bilgiler sağlayarak, bireylerin çevre yanlısı eylemlere katılımının daha derin bir şekilde anlaşılmasına katkıda bulunmaktadır (Groot & Steg, 2009).

### Kişisel Norm

İnsanların kendilerinden beklentileri olarak tanımlanan kişisel norm (Schwartz & Tessler, 1972) “sosyal yanlısı davranışları gerçekleştirmeye yönelik ahlaki yükümlülükleri” ifade etmektedir (Han & Hyun, 2017; Lopes, de Araújo Kalid, Rodríguez & Filho, 2019; Schwartz, 1977). Ayrıca kişisel norm, bireyin belirli bir şekilde davranmanın doğru veya yanlış davranış olduğuna dair inancı olarak tanımlanabilir (Bakhtiyari, Yazdanpanah, Forouzani & Kazemi, 2017; Bamberg, Hunecke & Blöbaum, 2007; Fenitra, Premananto, Seder, Abbas & Laila, 2022). Bu nedenle, bireyler kişisel normlarını en basit kararları almak için bile kullanabilmektedir (Kiatkawsin & Han, 2017). Spesifik olarak kişisel normların, amaçlanan herhangi bir davranışın etkili yordayıcısı olduğu söylenebilir.

Tüketicilerde gıda atığı oluşturmak ve normlara uymamak utanç veya suçluluk duygusu oluşturabilir (Djekic, Miloradovic, Djekic & Tomasevic, 2019; Setiawan & Puspitasari, 2023). Bunun sonucunda tüketiciler olumsuz duygulardan kaçınmak için gıda atığını azaltmaya daha çok eğilim gösterebilmektedir (Onwezen, Antonides & Bateis, 2013). Alanyazında kişisel normların, tüketicilerin gıda atığını azaltma niyetleri üzerinde güçlü, doğrudan etkisi olduğunu destekleyen çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin; Filimonau, Matute, Kubal-Czerwińska & Mika (2023), tüketicilerin gıda atığını azaltma niyetinde kişisel normların öncüllerini tespit etmek amacıyla yaptıkları çalışmada kişisel normun niyet üzerinde olumlu yönde önemli bir etkisi olduğunu tespit etmiştir. Yapılan birçok çalışma bu bulguyu destekler niteliktedir (Kim ve ark., 2020; Sirieix, Lala & Kocmanová, 2017; Teng, Wang & Chuang, 2022; T’ing, Moorthy, Gunasaygaran, Li, Omapathi, Yi, Anandan & Sivakumar, 2021; Visschers, Wickli & Siegrist, 2016). Çünkü bireyin niyetini olumlu yönde etkileyerek (Hu, Zhang, Wang, Yu & Chu, 2019) bir ey-

lemi gerçekleştirme niyetini motive etmektedir (Koklic, Golob, Podnar & Zabkar, 2019). Buna göre, aşağıdaki hipotez (H1) önerilmiştir.

*H<sub>1</sub>: Kişisel norm dışarıda yemek yiyenlerin gıda atığını azaltmaya ilişkin davranışsal niyetini olumlu yönde etkiler.*

### Sonuç Farkındalığı

Sonuçların farkındalığı, bireyin davranış ve eylemlerinin neden olduğu zararlı toplumsal ve çevresel etki hakkındaki bilincinin kapsamıdır (Bamberg ve ark., 2007; Groot & Steg, 2009; Han, 2020; Zhang, Wang & Zhou, 2013). Başka bir deyişle bireyi çevre veya toplum üzerindeki olumsuz davranışlarının sonuçlarına dikkat etmesini sağlayan çevre veya toplum ile ilgili kişisel değerleri ifade eder (Bronfman, Cisternas, López-Vázquez, la Maza & Oyanedel, 2015). Gıda atığı uzun vadede enerji, su ve toprak gibi birçok kaynağın boşa harcanmasına ve ekolojik tahribata neden olabilir. Bunun bilincinde olmak dışarıda yemek yiyenleri gıdanın korunması konusunda ahlaki yükümlülük geliştirmeye teşvik edebilir. Bu nedenle, gıda atığına ilişkin sonuç farkındalığı, dışarıda yemek yiyenlerin gıdayı korumanın neden olduğu olumsuz etkilere ilişkin bilincini ifade etmektedir.

Yapılan araştırmalar sonuç farkındalığının kişisel normu doğrudan etkileyebileceğini göstermiştir. Örneğin; Liobikienė ve Juknys (2016) çevre dostu davranışların öncüllerine odaklandıkları çalışmada gıda atığının olumsuz sonuçlarına ilişkin bireysel farkındalığın kişisel normu önemli ölçüde etkilediğini gözlemlemiştir. Benzer şekilde Zhang ve ark. (2013), Wang, Li, Li ve Chen (2022) ve Obuobi, Zhang, Adu-Gyamfi, Nketiah, Grant, Adjei ve Cudjoe (2022) olumsuz sonuçların bireysel farkındalığının kişisel normla olumlu yönde bir ilişkisi olduğunu keşfetmiştir. Ayrıca Schanes, Dobernig ve Gözet (2018) gıda israfının çevresel ve sosyal sonuçlarına ilişkin farkındalığın yetersiz olmasının veya olmamasının gıda atığını azaltma niyetini olumsuz yönde etkilediğini vurgulamıştır. Buna göre, aşağıdaki hipotez (H2) önerilmiştir.

*H<sub>2</sub>: Sonuç farkındalığı dışarıda yemek yiyenlerin gıda atığını azaltmaya ilişkin kişisel normunu olumlu yönde etkiler.*

### Sorumluluk Atfetme

Sorumluluk atfetme, bir bireyin çevreyi veya toplumu olumsuz yönde etkileyen eylem ve davranışlarının sonucunda oluşan sorumluluk duygusunu ifade etmektedir (Groot & Steg, 2009; Stern, 2000). Sorumluluk atfetmesi bireyin kişisel değer ve çevre ile ilgili inançlarının gelişimini etkilemektedir. Sonuç olarak birey kişisel normlar oluşturma eğilimi göstermekte-

dir (Groot & Steg, 2009; Wang, Gou, Wang, Zhang & Wang, 2018; Zhang, Liu & Zhao, 2018). Yapılan araştırmalar kişisel normları harekete geçiren önemli bir yapı olduğunu kanıtlamıştır (Stern, 2000) Örneğin; Yıldırım ve Semiz (2019), çevreye karşı sorumlu davranışı etkileyen faktörleri inceledikleri çalışmada sorumluluk atfetmenin kişisel normları etkilediğini tespit etmiştir. Benzer şekilde çevre dostu davranışın belirleyicilerine odaklanan Liobikienė ve Juknys (2016) sorumluluk atfetmenin kişisel normu önemli ölçüde etkilediğini tespit etmiştir. Bu bulguyu farklı konularda yapılmasına rağmen destekleyen birçok araştırma bulunmaktadır (Fenitra ve ark., 2022; Han, 2020; Han & Hyun, 2017; T'ing ve ark., 2021; Wang ve ark., 2022; Wang, Wang, Zhao & Yang, 2019). Yukarıdaki tartışma sonucunda kişisel norm üzerinde gıda atığına ilişkin sorumluluk atfetmenin olumlu ve önemli bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Bu nedenle aşağıdaki hipotez (H3) önerilmiştir.

*H<sub>3</sub>: Sorumluluk atfetme, dışarıda yemek yiyenlerin gıda atığını azaltmaya ilişkin kişisel normunu olumlu yönde etkiler.*

### Öz Yeterlilik

Öz yeterlilik, bireyin herhangi bir şeyi başarması için gerekli olan yeteneklerine inanç derecesini ifade eder (Gist & Mitchell, 1992). Bandura (1977) öz yeterliliği, kişinin bir görevi başarıyla yerine getirme veya belirli bir davranışı ifade etme yeteneğine olan inancı olarak kavramsallaştırmıştır. Bireyin motivasyon ve davranışlarının ayrılmaz bir parçasıdır (Bandura, 1977; Bandura & Cervone, 1983). Öz yeterliliği yüksek olan bireyin herhangi bir eylemi gerçekleştirme olasılığı yüksek, tam aksi durumda bireyin herhangi bir eylemi gerçekleştirme olasılığı olacağı söylenebilir (Arseven, 2016). Yani, öz-yeterlilik düzeyi, bir bireyin belirli bir

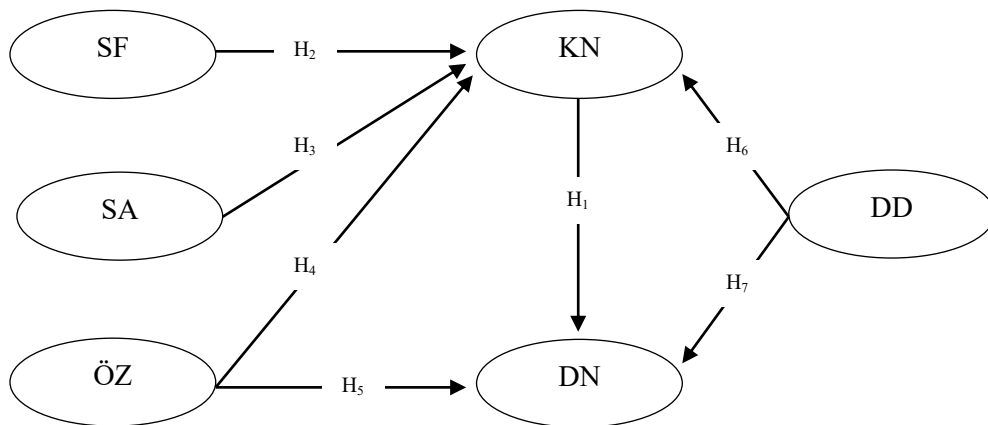
davranışı gerçekleştirip gerçekleştirmeyeceği kararını etkileyebilir (Ajzen, 1991). Yapılan araştırmalar öz yeterliliğin bireyin çevreye duyarlı davranışlarıyla ilişkili olduğunu göstermiştir (Kim, Kim, Han & Holland, 2016; Meinhold & Malkus, 2005; Scherbaum, Popovich & Finlinson, 2008; Taberero & Hernández, 2011; Wang ve ark., 2022). Bu çalışmada öz yeterlilik, dışarıda yemek yiyenlerin gıda atığını azaltma davranışı ile başkalarını etkileme yeteneklerine olan inancını ifade etmektedir. Bu nedenle aşağıdaki hipotezler (H4, H5) önerilmiştir.

*H<sub>4</sub>: Öz yeterlilik, dışarıda yemek yiyenlerin gıda atığını azaltmaya ilişkin kişisel normu olumlu yönde etkiler.*

*H<sub>5</sub>: Öz yeterlilik, dışarıda yemek yiyenlerin gıda atığını azaltmaya ilişkin davranışsal niyetini olumlu yönde etkiler.*

### Dini Değerler

Dini değerler, sürdürülebilirlik ve çevre koruma gibi konularda da insanların davranışlarını etkileyebilir. Bu bağlamda, gıda atığını azaltmaya yönelik bir kişisel normun oluşması da dini değerler tarafından etkilenebilir. Çünkü gıda atığı farklı dinlerde günah olarak nitelendirilmektedir (Özbük, Çoşkun & Filimonau, 2022). Mumuni, Veeck, Luqmani, Quraeshi & Kamarulzaman (2018) tarafından yapılan bir araştırma, gıda hizmeti müşterilerinin kişisel normlarını, özellikle bir dine mensuplarsa, gıdanın dini değerleri tarafından etkilenilebileceğini göstermektedir. Din, insanların doğa ile uyum içinde yaşamasını, çevreye saygı göstermesini ve doğanın kaynaklarını verimli kullanmasını teşvik eder. Bu nedenle, dini değerleri benimseyen kişiler, çevre konularına daha fazla duyarlı olabilirler ve çevre dostu davranışlar sergileme eğiliminde olabilirler. Gıda



**Şekil 1.** Kavramsal model.

**Not:** SF: sonuç farkındalığı; SA: sorumluluk atfetme; ÖZ: öz yeterlilik; KN: kişisel norm; DN: gıda atığını azaltmaya ilişkin davranışsal niyet; DD: gıdyla ilgili dini değerler



atığı azaltma konusu da çevre koruma bağlamında ele alınabileceği için, dini değerleri benimseyen kişilerin bu konuda daha duyarlı olması ve gıda atığını azaltmaya ilişkin davranışsal niyetlerini daha kolay oluşturabilirler. Bu nedenle aşağıdaki hipotezler (H6, H7) önerilmiştir.

*H<sub>6</sub>: Gıdayla ilgili dini değerler, dışarıda yemek yiyenlerin gıda atığını azaltmaya ilişkin kişisel normunu olumlu yönde etkiler.*

*H<sub>7</sub>: Gıdayla ilgili dini değerler, dışarıda yemek yiyenlerin gıda atığını azaltmaya ilişkin davranışsal niyetini olumlu yönde etkiler.*

Nihai kavramsal model şu Şekil 1’de sunulmuştur.

## YÖNTEM

Bu bölümde çalışmada kullanılan ölçüm araçları, örneklem, veri toplama ve verilerin analizine ilişkin detaylı bilgiler verilmiştir.

### Ölçüm Araçları

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak çevrimiçi soru formu kullanılmıştır. Soru formu önceki çalışmalarda kullanılan ve doğrulanmış ölçüm ölçeklerinden seçilmiştir. Çalışmada kullanılan soru formu iki ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm, araştırma modelinde yer alan değişkenlerle ilgili maddeleri; ikinci bölümde ise tüketicilerin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin soruları içermektedir. Birinci bölümdeki tüm maddeler beşli likert ölçeğine göre ölçülmüştür (“kesinlikle katılmıyorum”dan “kesinlikle katılıyorum”a kadar).

Tüketicilerin gıda atığının sonuçlarına ilişkin farkındalıklarını ve gıda atığına ilişkin sorumluluk bilincini ölçmek amacıyla Groot ve Steg (2009) tarafından geliştirilen iki farklı ölçek kullanılmıştır. Gıda atığının sonuçlarına ilişkin farkındalıklar için iki ifade ve gıda atığına ilişkin sorumluluk bilincini için üç ifade kullanılmıştır. Öz yeterliliği belirlemede Sherer, Maddux, Mercandante, Prenticedunn, Jacobs ve Rogers (1982) ve Sun, Song ve Song (2012) tarafından yapılan çalışmalardan yararlanılarak oluşturulan ölçek kullanılmıştır. Öz yeterlilik üç ifade kullanılarak ölçülmüştür. Tüketicilerin gıda atığını azaltmaya ilişkin öznel normlarını ölçmek için van der Werff ve Steg (2015) tarafından geliştirilen dört ifadeli ölçek kullanılmıştır. Gıdayla ilgili dini değerleri belirlemede Filimonau, Mika, Kubal-Czerwińska, Zajadacz ve Durydiwka (2022) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Son olarak tüketicilerin gıda atığını azaltmaya ilişkin davranış niyetleri üç ifade ile ölçülmüştür (Sun ve ark., 2012).

Soru formu başlangıçta İngilizce olarak tasarlanmıştır. Bundan dolayı Brislin (1976) tarafından geli-

tirilen ters çeviri yöntemi kullanılarak Türkçeye çevrilmiştir. Çeviri sürecine iki dil bilen araştırmacılar (hem Türkçe hem de İngilizce bilen) dahil edilmiştir. Soru formu, araştırma konusunda çalışmaları bulunan beş farklı araştırmacı tarafından gözden geçirilmiştir. Geri bildirimler doğrultusunda bazı soruların daha iyi anlaşılmasını için basitleştirilmiştir. Bunlara ek olarak soru formu çevrimiçi olarak tüketicilere (n=50) gönderilmiş ve anlam belirsizliklerini kontrol etmeleri istenmiştir. Tüketicilerden gelen öneriler doğrultusunda ifadelerde küçük düzeltmeler yapılmıştır.

### Örneklem ve Veri Toplama

Araştırmanın evrenini dışarıda yemek yiyen yetişkinler oluşturmaktadır. Araştırmanın amacı dikkate alındığında, büyük gıda atığı kaynağı olmaları, gıda atığı ve bunun sonuçları hakkında farkındalık ve bilgiden yoksun olmalarından (Nikolaus, Nickols-Richardson & Ellison, 2018) dolayı 18 yaşından küçükler araştırmaya dahil edilmemiştir. Buna ek olarak dışarıda yemek yiyen tüketici istatistiklerini detaylandıran bir veri tabanı bulunmamaktadır. Bu nedenle araştırma verileri kolayda ve kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak çevrimiçi olarak toplanmıştır. Bununla birlikte, araştırmacı, kolaylık ve düşük maliyeti nedeniyle soru formunu çevrimiçi olarak yaymayı tercih etmiştir (Schillewaert & Meulemeester, 2005). Soru formu, profesyonel araştırmacı ağlarına e-postalar ve çeşitli sosyal medya ağları aracılığıyla dağıtılmıştır. Katılımcıların soru formunu doldurmasını yaklaşık 3 dakika sürmüştür. Tam yanıtlar için hiçbir teşvik verilmemiştir.

Veri toplama, Mart ve Nisan 2023’te gerçekleştirilmiştir. Toplamda 448 soru formu toplanmıştır. Bunların arasında 24 soru formunun yanıtlanma süresinin 90 saniyeden az sürdüğü tespit edilmiştir. Bu süre diğerlerinden önemli ölçüde daha kısa olmasından dolayı değerlendirmeye dahil edilmemiştir. Sonuç olarak 415 geçerli soru formu analiz edilmiştir. Araştırmaya katılanların %57,8’i kadın, 42,2’sini erkektir. Katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde %40,5’ini 18-25, %25,1’inin 26-33, %16,6’sının 34-41, %8,9’unun 42-49 ve 50-57 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Eğitim düzeylerine göre, katılımcıların %58,1’i lisans, %20’si yüksek lisans/doktora ve %21,9’u lise mezunudur. Katılımcıların dışarıda yemek yeme sıklıkları incelendiğinde %42,4’ünün ayda 1-3 kez, %37,3’ünün ayda 4-8, %13,3’ünün ayda 9-17 ve %7’sinin ayda 15 üzeri dışarıda yemek yemektedir.

### Veri Analizi

Bu çalışmada, Smart PLS programı kullanılarak veri analizi yapılmıştır (Hair, Hult, Ringle & Sarstedt, 2022). Yansıtıcı ölçüm modeli temel alınarak geliştirilen çalışmada Smart PLS ilişkin mevcut literatürdeki

süreçler takip edilmiştir. PLS-SEM sonuçlarında öncelikle dışsal model değerlendirilmiştir. Bu kapsamda birleşme geçerliğini sağlayıp sağlamadığına karar vermek amacıyla ifadelerin faktör yükleri, Cronbach's Alpha, rho\_a ve açıklanan ortalama varyans (AOV) değerleri incelenmiştir (Hair ve ark., 2022). Ardından ayrışma geçerliğini değerlendirmek amacıyla çapraz yükleme, Fornell-Larcker (Hair ve ark., 2022) ve HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio) (Henseler, Ringle & Sarstedt, 2015) kriterleri incelenmiştir. Hipotezlerin test edilmesi aşamasında 5000 örneklemlili önyükleme yapılmıştır.

## BULGULAR

### Dışsal Model

Araştırma kapsamında değişkenlerin güvenilirliğini ve geçerliğini test etmek amacıyla birleşme ve ayrışma

geçerliliği değerlendirilmiştir. İlk olarak ifadelerin faktör yüklerine, Cronbach's Alpha, rho\_a değerleri ve açıklanan ortalama varyans (AOV) birleşme geçerliğini test etmek amacıyla incelenmiştir (Tablo 1). (Hair, Risher, Sarstedt & Ringle, 2019). Faktör yükleri incelendiğinde SA2 ( $\lambda = 0.694$ ), KN1 ( $\lambda = 0.634$ ) ve DD3 ( $\lambda = 0.625$ ) ifadelerinin Chin (2009) tarafından belirtilen aralıkta (0,70-0,90) olmadığı tespit edilmiştir. Ancak bu ifadelerin çıkarılması durumunda Cronbach alfa, AOV ve rho\_a değerlerinde önemli bir değişiklik olmadığı ve ölçek yapısının korunması için ifadelerin analizlere dahil edilmesine karar verilmiştir. Tüm Cronbach alfa değerleri 0,70'in üzerinde ve rho\_a değerleri ise 0,60 ila 0,95 arasında olduğu gözlenmiştir. Bu bulgu kabul edilebilir bir iç güvenilirliğe işaret etmektedir. Son olarak AOV değerlerinin Chin (1998) tarafından belirtilen

**Tablo 1.** Dış model sonuçları

İfadeler	Faktör Yükleri	Cronbach's Alpha	rho_a	AOV
<b>Sonuç Farkındalığı</b>				
SF1	0,731	0,730	0,733	0,577
SF2	0,787			
<b>Sorumluluk Atfetmesi</b>				
SA1*	0,837	0,817	0,820	0,595
SA2	0,694			
SA3*	0,777			
<b>Öz Yeterlilik</b>				
ÖZ1	0,681	0,759	0,757	0,509
ÖZ2	0,737			
ÖZ3	0,720			
<b>Kişisel Norm</b>				
KN1	0,634	0,812	0,822	0,572
KN2	0,743			
KN3	0,771			
KN4	0,754			
<b>Davranışsal Niyet</b>				
DN1	0,776	0,844	0,846	0,644
DN2	0,850			
DN3	0,780			
<b>Dini Değerler</b>				
DD1	0,712	0,789	0,822	0,572
DD2	0,904			
DD3	0,625			

Açıklamalar: \* Ters kodlama yapılmıştır.

**Not:** SF: sonuç farkındalığı; SA: sorumluluk atfetme; ÖZ: öz yeterlilik; KN: kişisel norm; DN: gıda atığını azaltmaya ilişkin davranışsal niyet; DD: gıdayla ilgili dini değerler

eşikten (0,50) büyük olduğu ve gerekli kriteri sağladığı görülmektedir (Sarstedt vd., 2014).

Son olarak modelin ayırt edici geçerliliğini değerlendirmek için heterotrait-monotrait (HTMT) (Henseler ve ark., 2015) ve Fornell-Larcker (Hair ve ark., 2022) değerleri incelenmiştir. HTMT değerlerinin 0,90'ın altında ve daha kesin olarak 0,85'in altında olması, yapıların istatistiksel olarak birbirinden yeterince farklı olduğunu göstermektedir. Tablo 2 incelendiğinde tüm değerlerin 0,85'in altında kaldığı ve ayırt edici geçerliliği

sağladığı görülmektedir (Henseler ve ark., 2015). Her gizli yapının AOV'sinin karekökü, diğer yapılarla olan korelasyonundan daha büyük olmalıdır (Fornell & Bookstein, 1982). Tablo 3 incelendiğinde koyu yazılan değerlerin AOV'nin karekökünün köşegen dışı değerlerden daha büyük olduğu görülmektedir. Sonuç olarak tüm yapıların ayırt edici geçerliliğe sahip olduğunu gösteren Fornell ve Larcker kriterlerini karşıladığı gözlemlenmiştir.

**Tablo 2.** Ayırışma geçerliliği (HTMT sonuçları)

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
(1) SF						
(2) SA	0,257					
(3) DN	0,293	0,206				
(4) KN	0,393	0,365	0,679			
(5) DD	0,250	0,208	0,442	0,516		
(6) ÖZ	0,275	0,173	0,654	0,632	0,383	

**Tablo 3.** Ayırışma geçerliliği (Fornell-Larcker)

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
(1) SF	<b>0,759</b>					
(2) SA	0,254	<b>0,772</b>				
(3) DN	0,291	0,204	<b>0,803</b>			
(4) KN	0,389	0,359	0,682	<b>0,727</b>		
(5) DD	0,254	0,214	0,436	0,513	<b>0,756</b>	
(6) ÖZ	0,274	0,170	0,654	0,630	0,387	<b>0,713</b>

**Not:** SF: sonuç farkındalığı; SA: sorumluluk atfetme; ÖZ: öz yeterlilik; KN: kişisel norm; DN: gıda atığını azaltmaya ilişkin davranışsal niyet; DD: gıdayla ilgili dini değerler

**Tablo 4.** İçsel model sonuçları

Hipotez	Etki	$\beta$	t	p	Güven aralığı		VIF	$f^2$
					%2,5	%97,5		
H <sub>1</sub>	KN→ DN	0,416	4,731	0,000	0,237	0,571	1,920	0,195
H <sub>2</sub>	SF→ KN	0,151	2,656	0,008	0,036	0,259	1,157	0,043
H <sub>3</sub>	SA→ KN	0,182	3,506	0,000	0,083	0,295	1,101	0,070
H <sub>4</sub>	ÖZ→ KN	0,456	8,268	0,000	0,347	0,564	1,228	0,373
H <sub>5</sub>	ÖZ→ DN	0,361	4,599	0,000	0,208	0,518	1,668	0,176
H <sub>6</sub>	DD→ KN	0,257	4,763	0,000	0,155	0,366	1,231	0,119
H <sub>7</sub>	DD→ DN	0,084	1,413	0,158	-0,030	0,208	1,367	0,012

KN R<sup>2</sup>=0,546 Q<sup>2</sup>=0,240; DN R<sup>2</sup>=0,554 Q<sup>2</sup>=0,307

**Not:** SF: sonuç farkındalığı; SA: sorumluluk atfetme; ÖZ: öz yeterlilik; KN: kişisel norm; DN: gıda atığını azaltmaya ilişkin davranışsal niyet; DD: gıdayla ilgili dini değerler

## İçsel Model

Bu aşamada değişkenler arası ilişkiler incelenmiştir (Tablo 4). İlk olarak modelde yer alan değişkenlerin Varyans Enflasyon Faktörü (VIF) incelenmiştir. Bu çalışmada, yapılar arası VIF'lerin 1,101-1,920 arasında ve en katı eşik olan 3,3'ün altında (Boğan & Dedeoğlu, 2022; Kock & Lynn, 2012; Yang, Luu & Qian, 2022) olduğu görülmektedir. Sonuç olarak bu çalışmada ortak yöntem yanlılığının olmadığı varsayılmıştır. Modelin açıklanma gücünü tespit etmek amacıyla modelde yer alan dışsal değişkenlerin içsel değişkenleri açıklama oranı ( $R^2$ ) değerlendirilmiştir. Hair ve ark. (2022) göre KN ( $R^2= 0,546$ ) ve DN ( $R^2= 0,554$ ) değişkenlerinin açıklanma oranlarının orta dereceli olduğu varsayılmıştır. Son olarak Blindfolding analizi yapılarak modelin tahmin gücünü ifade eden  $Q^2$  değeri hesaplanmıştır. Sonuç olarak dışsal değişkenlerin  $Q^2$  değerlerinin (KN  $Q^2=0,240$ ; DN  $Q^2=0,307$ ) model için yeterli yordama gücüne sahip olduğu görülmektedir (Ali, Rasoolimaneş, Sarstedt, Ringle & Ryu, 2018; Hair ve ark., 2019, 2022).

Tablo 4'te görüldüğü üzere dini değerlerin gıda atığına ilişkin davranışsal niyet üzerindeki doğrudan etkisi dışında, tüm doğrudan etkiler anlamlıdır. Bulgular, gıda atığına ilişkin sonuç farkındalığının ( $\beta= 0,151$ ;  $p<0,01$ ;  $f^2= 0,043$ ), sorumluluk atfetmesinin ( $\beta= 0,182$ ;  $p<0,01$ ;  $f^2= 0,070$ ), öz yeterliliğin ( $\beta= 0,456$ ;  $p<0,01$ ;  $f^2= 0,373$ ) ve dini değerlerin ( $\beta= 0,257$ ;  $p<0,01$ ;  $f^2= 0,119$ ) kişisel norm üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Cohen (1992)  $f^2$  yorumuna göre bu etkinin sonuç farkındalığının, sorumluluk atfetmesi ve dini değerlerin küçükken öz yeterliliğin yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla  $H_2$ ,  $H_3$ ,  $H_4$  ve  $H_6$  desteklenmektedir. Gıda atığına ilişkin davranışsal niyet üzerinde öz yeterliliğin ( $\beta= 0,361$ ;  $p<0,01$ ;  $f^2= 0,176$ ) ve kişisel normun ( $\beta= 0,416$ ;  $p<0,01$ ;  $f^2= 0,195$ ) pozitif ve anlamlı bir etkisi varken dini değerlerin ( $\beta= 0,084$ ;  $p<0,01$ ;  $f^2= 0,012$ ) anlamlı bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir. Öz yeterlilik ve kişisel norm gıda atığına ilişkin davranışsal niyet üzerinde orta düzeyde bir etkiye sahiptir. Bu bağlamda  $H_1$  ve  $H_5$  desteklenmiş ancak  $H_7$  desteklenmemiştir.

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışma, dışarıda yemek yiyenlerin gıda atığını azaltmaya ilişkin davranışsal niyetini genişletilmiş norm aktivasyon teorisi ve dini değerler bağlamında incelemiştir. Daha spesifik olarak, sonuçların farkındalığının, sorumluluk atfetmenin, öz yeterliliğin ve dini değerlerin kişisel norm üzerindeki etkilerini ve öz yeterliliğin, dini değerlerin, kişisel normun gıda atığını azaltmaya yönelik davranış niyetleri üzerindeki etkilerini araştırmıştır. Bu çalışmadan üç ana sonuç çıkarılmıştır.

İlk olarak hem sonuçların farkındalığı hem de sorumluluğun atfedilmesi, dışarıda yemek yiyenlerin kişisel normlarını pozitif ve anlamlı yönde etkilemektedir. Bu sonuç alanyazındaki araştırmalar ile benzerlik göstermektedir (Conrad, Niles, Neher, Roy, Tichenor & Jahns, 2018; Irani, Sharif, Lee, Aktas, Topaloğlu, van't Wout & Huda, 2018; Park & Ha, 2014; Wang ve ark., 2022; Wang ve ark., 2019; Young, Robinson, & Barkemeyer, 2017; Zhang ve ark., 2018). Görünüşe göre, dışarıda yemek yiyenlerin, gıda atığının sosyal hayata, ekonomiye ya da çevreye olan olumsuz etkisinin farkında olduklarında ve bu sorunların sonuçlarına ilişkin sorumluluk duygusu hissettiklerinde gıda atığını azaltmaya ilişkin kişisel normlarını harekete geçirdikleri söylenebilir. Buna ek olarak Delley ve Brunner (2017) gıda atığını azaltmak söz konusu olduğunda çevreye ve sürdürülebilirlik konusunda sorumluluk hissedenden bireylerin büyük çaba sergilediğini ifade etmiştir.

İkinci olarak dini değerler ve öz yeterlilik dışarıda yemek yiyenlerin kişisel normlarını pozitif ve anlamlı yönde etkilemektedir. Gıdaya ilişkin dini değerlerin kişisel normları etkilemesi Filimonau ve ark., (2023) tarafından yapılan çalışma ile benzerlik göstermektedir. Filimonau ve ark., (2023) tarafından yapılan çalışmada kişisel normlar üzerinde doğrudan ve dolaylı etki yaratmada dindarlığın önemli bir değişken olduğu tespit edilmiştir. Öz yeterliliğin bireylerin sosyal yanlısı davranışlarıyla ilişkili olduğunu (Kim ve ark., 2016; Tabernero & Hernández, 2011) düşünüldüğünde gıda atığına ilişkin kişisel normları ve davranışsal niyeti etkilemesi beklenen bir durumdur. Çünkü bireyin gıda atığına ilişkin öz yeterliliği ne kadar yüksek olursa, gıda israfını azaltma olasılığı o kadar yüksek olacaktır. Ancak dini değerlerin davranışsal niyet üzerinde herhangi bir etkisinin olmaması beklenmeyen bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapılan bazı araştırmalarda gıda atığını azaltmaya ilişkin dini değerler ile davranışsal niyet arasında anlamlı bir ilişki kurulmuştur (Elhoushy & Jang, 2021; Minton, Johnson, Vizcaino & Wharton, 2020; Qian, Li, Zhao, Liu & Liu, 2022). Ancak bu araştırmaların evdeki gıda atığını azaltma davranışına yönelik olduğu unutulmamalıdır. Bu çalışmada tüketicilerin dışarıda gıda atığını azaltma davranışlarına odaklanmaktadır.

Son olarak gıda atığına ilişkin kişisel norm davranışsal niyetleri pozitif ve anlamlı yönde etkilemektedir. Gıda atığını azaltmada daha yüksek kişisel norma sahip tüketiciler, gıda atığını azaltmak için daha çok davranışsal niyet göstermektedir. Bu bulgu yapılan bazı araştırmaların (Hu ve ark., 2019; Kiatkawsin & Han, 2017; Koklic ve ark., 2019; T'ing ve ark., 2021; Wang ve ark., 2022) sonuçlarını doğrulamaktadır. Buna ek olarak Visschers ve ark. (2016) daha yüksek kişisel norma sahip olan insanların daha az gıda atığı oluşturacağını



ve daha yüksek davranışsal niyet göstereceğini ifade etmiştir. Bu niyet bir bakıma dışarıda yemek yiyenlerin gıda atığını azaltmaya ilişkin kişisel normları aracılığıyla ahlaki bir yükümlülük duygusunun oluşmasını teşvik edecektir.

### Teorik Katkı

Bu çalışma, birkaç değerli teorik çıkarıma katkıda bulunmaktadır. İlk olarak, bu çalışma dışarıda yemek yiyenlerin gıda atığını azaltabilecek psikolojik faktörlerin anlaşılmasını kolaylaştırmaktadır. Geniştirilmiş norm aktivasyon teorisinin, dışarıda yemek yiyenlerin kişisel normlarını ve gıda israfını azaltma niyetlerini açıklamada önemli bir etken olduğu görülmektedir. Buna ek olarak, dini değerlerin kişisel norm üzerinde etkisi olmasına rağmen davranışsal niyet üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı keşfedilmiştir. Bu çalışmada elde edilen bulgular, toplum yararına tutum, inanç ve davranış değişikliği sağlamak için pazarlama stratejilerini kullanan sosyal pazarlama stratejilerine katkı sağlamaktadır. Çünkü sosyal pazarlama stratejileri, gıda atığı sorununa çözüm sağlamak için kullanılabilir etkili araçlardan biridir. Bu stratejilerin kullanılması, insanların daha sürdürülebilir bir yaşam tarzına geçiş yapmalarını sağlayabilir ve gıda atığı sorununun azaltılmasına yardımcı olabilir.

Bu çalışmada, kişisel normların gıda atığı azaltma niyeti üzerindeki etkisinin yanı sıra, öz yeterliliğin de önemli bir rol oynadığı bulunmuştur. Öz yeterlilik, bir kişinin belirli bir davranışı gerçekleştirmek için gerekli beceri, bilgi ve kaynaklara sahip olduğuna inanma düzeyini ifade etmektedir. Örneğin, bir kişinin gıda atığını azaltmak için evde yemek yapmayı öğrenmesi gerekiyorsa, öz yeterlilik düzeyi yüksek olan bir kişi bu davranışı gerçekleştirmekte daha başarılı olacaktır. Ayrıca, öz yeterliliği yüksek olan kişiler, çevrelerindeki diğer insanların da gıda atığını azaltma niyetlerini şekillendirmede etkili olabilirler. Öz yeterliliği yüksek olan kişiler, gıda atığının azaltılması konusunda çevrelerindeki diğer insanlara örnek teşkil edebilir ve bu davranışın yaygınlaşmasına katkıda bulunabilirler. Bu nedenle, gıda atığının azaltılması için yapılacak çalışmalarda/projelerde, kişisel normların ve öz yeterliliğin güçlendirilmesi önemlidir. Bu çalışmalar, insanların gıda atığını azaltmak için gerekli beceri, bilgi ve kaynakları edinmelerini sağlayarak öz yeterliliklerini artırabilir. Ayrıca, insanların sürdürülebilirlik değerlerine odaklanmalarını ve gıda atığının azaltılması konusunda kişisel normlarını güçlendirmelerini teşvik ederek, gıda atığının azaltılması için toplumsal farkındalığın artmasına da katkıda bulunabilirler.

### Pratik Katkı

Bu çalışmanın bulgularına dayanarak yiyecek içecek işletmelerine ve bu konuya ilişkin proje ya da kampanya yürüten paydaşlara (devlet, sivil toplum kuruluşları vb.) çeşitli pratik çıkarımlar sunulabilir. Yiyecek içecek işletmeleri, gıda atığına ilişkin sonuç farkındalığını, sorumluluk atfetmesini ve öz yeterliliği destekleyici bilgi paylaşım stratejileri kullanabilir. Örneğin, menüde yer alan ya da seçilen yemeklerin boyutu ve özel içerikleri hakkında müşterilere bilgilendirme yapılabilir. Buna ek olarak, işletmeler menüye gıda atığının oluşturduğu sorunlara ilişkin çeşitli kısa açıklamalar ekleyerek müşterileri sipariş ettikleri her şeyi yemeye motive edebilir. Tüketicilerin gıda atığının sonuçlarına ilişkin farkındalığının artması, araştırmanın bulgularının da gösterdiği üzere kişisel normlarını harekete geçirecektir. Ayrıca, müşterilerin gıda atığının oluşturduğu sorunlarda bireysel etkilerinin farkındalığı, bu konuda sorumluluk duygusunu geliştirebilir. Bu durumda, fazla yiyecek sipariş etmek yerine sorumlu düşünceler çerçevesinde sipariş vermeyi düşünebilirler.

Sivil toplum kuruluşları, gıda atığının oluşturacağı sorunlara ilişkin bilgilendirme toplantıları düzenleyebilir ve toplumun güvendiği veya örnek aldığı bireylerle iş birliği yaparak sadece dışarıda yemek yiyenlerin değil genel olarak tüketicilerin öz yeterliliğini artırabilir. Buna ek olarak, toplumun farklı kesimlerinde (okullar, iş yerleri, sosyal alanlar vb.) insanların ilgisini bu konuya çekecek ve gıda atığını azaltmaya yönelik davranışlarına ilham kaynağı olabilecek faaliyetler düzenleyebilir. Devlet ise öncelikle konuya ilişkin bilimsel araştırmalara ve sosyal sorumluluk projelerine daha fazla destek verebilir. Buna ek olarak, yapılan projelerin görünürlüğünü artırmak için farklı platformları (radyo, televizyon, tabela vb.) etkin bir şekilde kullanılmalıdır. Son olarak, dünyada birçok örneği olmasına karşın (Japonya, Fransa, İtalya ve İspanya vb.) Türkiye'de gıda atığını engellemeye yönelik bir yasa bulunmamaktadır. Tarım ve Orman Bakanlığı'nın konuya ilişkin bazı projeleri mevcuttur, ancak bunların yetersiz kaldığı söylenebilir. Bu bağlamda, gıda atığı oluşturan en büyük birimden (örneğin, yiyecek içecek işletmeleri) en küçük birime (yani tüketicilere) yönelik uygulanacak yaptırımların, önemli bir teşvik unsuru olacağı düşünülmektedir.

### Sınırlılıklar ve Gelecek Araştırmalara Öneriler

Bu çalışmanın birkaç sınırlılığı bulunmaktadır. İlk olarak, bu çalışmanın teorik modeli, dışarıda yemek yiyenlerin gıda atığını azaltmaya ilişkin davranışsal niyetindeki varyansın %55,4'ünü açıklamaktadır. Bu nedenle dışarıda yemek yiyenlerin davranışsal niyetini etkileyen başka faktörlerin de olduğu söylenebilir. Gelecekteki araştırmalar bu faktörlerin daha geniş olarak



araştırılmasına odaklanabilir. İkincisi, bu çalışmanın amacı dışarıda yemek yiyenlerin gıda atığını azaltmaya ilişkin davranışsal niyetlerini incelemektir. Ancak davranışsal niyet ile gerçek davranış arasındaki bir boşluk olması muhtemeldir. Bu boşluk, dışarıda yemek yiyenlerin gıda atığını azaltma niyeti göstermesine karşın bu davranışı gerçekleştirmemesini temsil etmektedir. Bundan dolayı, gelecekteki araştırmalar dışarıda yemek yiyenlerin gıda israfı davranışlarını gerçekten ölçmeye dayalı olarak niyetler ve davranışlar arasındaki ilişkiyi keşfedebilir. Üçüncüsü, araştırma verileri Türkiye’de çevrimiçi olarak yanıt veren 415 kişiden belli bir zaman aralığında elde edilmiştir. Gelecekteki araştırmalar örneklemin ve zaman aralığının genişletilmesine odaklanabilir.

**KAYNAKÇA**

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Ali, F., Rasoolimanesh, S. M., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Ryu, K. (2018). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in hospitality research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 514-538. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2016-0568>
- Arseven, A. (2016). Öz Yeterlilik: Bir Kavram Analizi. *Electronic Turkish Studies*, 11(19).
- Bakhtiyari, Z., Yazdanpanah, M., Forouzani, M., & Kazemi, N. (2017). Intention of agricultural professionals toward biofuels in Iran: Implications for energy security, society, and policy. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 69, 341-349.
- Bamberg, S., Hunecke, M., & Blöbaum, A. (2007). Social context, personal norms and the use of public transportation: Two field studies. *Journal of environmental psychology*, 27(3), 190-203.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, 84(2), 191.
- Bandura, A., & Cervone, D. (1983). Self-evaluative and self-efficacy mechanisms governing the motivational effects of goal systems. *Journal of personality and social psychology*, 45(5), 1017.
- Boğan, E., & Dedeoğlu, B. B. (2022). How and when perceived CSR effects interpersonal helping and loyal boosterism: A moderated mediation model. *International Journal of Hospitality Management*, 102, 103154.
- Brislin, R. W. (1976). Comparative research methodology: Cross-cultural studies. *International Journal of Psychology*, 11(3), 215-229. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/00207597608247359>
- Bronfman, N. C., Cisternas, P. C., López-Vázquez, E., la Maza, C. De, & Oyanedel, J. C. (2015). Understanding attitudes and pro-environmental behaviors in a Chilean community. *Sustainability*, 7(10), 14133-14152.
- Brownlow, S. (2021). Food waste: digesting the impact on climate. İçinde *New Food*. <https://doi.org/https://www.newfoodmagazine.com/article/153960/food-waste-climate/>
- Charlebois, S., Schwab, A., Henn, R., & Huck, C. W. (2016). Food fraud: An exploratory study for measuring consumer perception towards mislabeled food products and influence on self-authentication intentions. *Trends in food science & technology*, 50, 211-218.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. *Modern methods for business research*, 295(2), 295-336.
- Chin, W. W. (2009). How to write up and report PLS analyses. İçinde *Handbook of partial least squares: Concepts, methods and applications* (ss. 655-690). Springer.
- Cohen, J. (1992). Quantitative methods in psychology: A power primer. *Psychol. Bull.*, 112, 1155-1159.
- Conrad, Z., Niles, M. T., Neher, D. A., Roy, E. D., Tichenor, N. E., & Jahns, L. (2018). Relationship between food waste, diet quality, and environmental sustainability. *PloS one*, 13(4), e0195405.
- Delley, M., & Brunner, T. A. (2017). Foodwaste within Swiss households: A segmentation of the population and suggestions for preventive measures. *Resources, Conservation and Recycling*, 122, 172-184.
- Demirel, O., & Hatirli, S. A. (2020). Türkiye'de ev-dışı yemek yeme alışkanlığının analizi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 16(4), 976-988.
- Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P., & Malibari, A. (2020). Food waste in hospitality and food services: A systematic literature review and framework development approach. *Journal of Cleaner Production*, 270. <https://doi.org/ARTN 12286110.1016/j.jclepro.2020.122861>
- Djekic, I., Miloradovic, Z., Djekic, S., & Tomasevic, I. (2019). Household food waste in Serbia-Attitudes, quantities and global warming potential. *Journal of Cleaner Production*, 229, 44-52.
- Elhoushy, S., & Jang, S. (2021). Religiosity and food waste reduction intentions: A conceptual model. *International Journal of Consumer Studies*, 45(2), 287-302.
- ETUDER, 2016. Association of out-of-home consumption suppliers [WWW Document]. URL <<https://etuder.org.tr/2016/06/05/ev-disinda-bir-yilda-650-tl-harcadik/index.html>> (Erişim Tarihi: 22.03.23).
- FAO, IFAD and WFP. (2014). The State of Food Insecurity in the World 2014. *Strengthening the enabling environment for food security and nutrition*. Rome, FAO.
- FAO, IFAD, UNICEF, WFP and WHO. (2022). The State of Food Security and Nutrition in the World 2022. *Repurposing food and agricultural policies to make healthy diets more affordable*. Rome, FAO. <https://doi.org/10.4060/cc0639en>
- Fenitra, R. M., Premananto, G. C., Sedera, R. M. H., Abbas, A., & Laila, N. (2022). Environmentally responsible behavior and Knowledge-Belief-Norm in the tourism context: The moderating role of types of destinations. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 10(2), 273-288.

- Filimonau, V., & Coteau, D. A. De. (2019). Food waste management in hospitality operations: A critical review. *Tourism Management*, 71, 234-245. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.10.009>
- Filimonau, V., Matute, J., Kubal-Czerwińska, M., & Mika, M. (2023). Religious values and social distance as activators of norms to reduce food waste when dining out. *Science of The Total Environment*, 161645.
- Filimonau, V., Mika, M., Kubal-Czerwińska, M., Zajadacz, A., & Durydiwka, M. (2022). Religious values and family upbringing as antecedents of food waste avoidance. *Global Environmental Change*, 75, 102547.
- Fornell, C., & Bookstein, F. L. (1982). Two structural equation models: LISREL and PLS applied to consumer exit-voice theory. *Journal of Marketing research*, 19(4), 440-452.
- Gist, M. E., & Mitchell, T. R. (1992). Self-efficacy: A theoretical analysis of its determinants and malleability. *Academy of Management review*, 17(2), 183-211.
- Goh, E., & Jie, F. (2019). To waste or not to waste: Exploring motivational factors of Generation Z hospitality employees towards food wastage in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 80, 126-135. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.02.005>
- Grandhi, B., & Singh, J. A. (2016). What a waste! A study of food wastage behavior in Singapore. *Journal of Food Products Marketing*, 22(4), 471-485.
- Groot, J. I. M. De, & Steg, L. (2009). Morality and Prosocial Behavior: The Role of Awareness, Responsibility, and Norms in the Norm Activation Model. *Journal of Social Psychology*, 149(4), 425-449. <https://doi.org/10.3200/Socp.149.4.425-449>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (Third edition.). SAGE.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review*, 31(1), 2-24.
- Han, H. (2020). Theory of green purchase behavior (TGPB): A new theory for sustainable consumption of green hotel and green restaurant products. *Business Strategy and the Environment*, 29(6), 2815-2828.
- Han, H., & Hyun, S. S. (2017). Fostering customers' pro-environmental behavior at a museum. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(9), 1240-1256.
- Han, H., & Hwang, J. (2016). Cruise travelers' environmentally responsible decision-making: An integrative framework of goal-directed behavior and norm activation process. *International journal of hospitality management*, 53, 94-105.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hu, H., Zhang, J., Wang, C., Yu, P., & Chu, G. (2019). What influences tourists' intention to participate in the Zero Litter Initiative in mountainous tourism areas: A case study of Huangshan National Park, China. *Science of the Total Environment*, 657, 1127-1137.
- Irani, Z., Sharif, A. M., Lee, H., Aktas, E., Topaloğlu, Z., van't Wout, T., & Huda, S. (2018). Managing food security through food waste and loss: Small data to big data. *Computers & Operations Research*, 98, 367-383.
- Katt, F., & Meixner, O. (2020). Food waste prevention behavior in the context of hedonic and utilitarian shopping value. *Journal of Cleaner Production*, 273. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122878>
- Kaur, P., Dhir, A., Talwar, S., & Alrasheedy, M. (2021). Systematic literature review of food waste in educational institutions: setting the research agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(4), 1160-1193. <https://doi.org/10.1108/Ijchm-07-2020-0672>
- Kiatkawsin, K., & Han, H. (2017). Young travelers' intention to behave pro-environmentally: Merging the value-belief-norm theory and the expectancy theory. *Tourism management*, 59, 76-88.
- Kim, J. M., Hall, C. M., & Kim, D. K. (2020). Predicting environmentally friendly eating out behavior by value-attitude-behavior theory: does being vegetarian reduce food waste? *Journal of Sustainable Tourism*, 28(6), 797-815. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1705461>
- Kim, S.-H., Kim, M., Han, H.-S., & Holland, S. (2016). The determinants of hospitality employees' pro-environmental behaviors: The moderating role of generational differences. *International Journal of Hospitality Management*, 52, 56-67.
- Kock, N., & Lynn, G. (2012). Lateral collinearity and misleading results in variance-based SEM: An illustration and recommendations. *Journal of the Association for information Systems*, 13(7).
- Koklic, M. K., Golob, U., Podnar, K., & Zabkar, V. (2019). The interplay of past consumption, attitudes and personal norms in organic food buying. *Appetite*, 137, 27-34.
- Liobikienė, G., & Juknys, R. (2016). The role of values, environmental risk perception, awareness of consequences, and willingness to assume responsibility for environmentally-friendly behaviour: The Lithuanian case. *Journal of Cleaner Production*, 112, 3413-3422.

- Lopes, J. R. N., de Araújo Kalid, R., Rodríguez, J. L. M., & Filho, S. Á. (2019). A new model for assessing industrial worker behavior regarding energy saving considering the theory of planned behavior, norm activation model and human reliability. *Resources, Conservation and Recycling*, 145, 268-278.
- Luu, T. T. (2020). Reducing food waste behavior among hospitality employees through communication: dual mediation paths. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(5), 1881-1904. <https://doi.org/10.1108/Ijchm-09-2019-0779>
- Meinhold, J. L., & Malkus, A. J. (2005). Adolescent environmental behaviors: Can knowledge, attitudes, and self-efficacy make a difference? *Environment and behavior*, 37(4), 511-532.
- Metro ve Konda. (2021). *Türkiye'nin yeme ve içme alışkanlıkları araştırması*. Metro. <[https://www.metro-tr.com/hakkimizda/basin-bultenleri/turkiyede-yeme-ve-icme-aliskanliklari-basin-bulteni?itm\\_pm=cookie\\_consent\\_accept\\_button](https://www.metro-tr.com/hakkimizda/basin-bultenleri/turkiyede-yeme-ve-icme-aliskanliklari-basin-bulteni?itm_pm=cookie_consent_accept_button)> (Erişim Tarihi: 22.03.23).
- Minton, E. A., Johnson, K. A., Vizcaino, M., & Wharton, C. (2020). Is it godly to waste food? How understanding consumers' religion can help reduce consumer food waste. *Journal of Consumer Affairs*, 54(4), 1246-1269.
- Mumuni, A. G., Veeck, A., Luqmani, M., Quraeshi, Z. A., & Kamarulzaman, Y. (2018). Religious identity, community and religious minorities' search efforts for religiously sanctioned food: The case of halal food in non-Muslim majority markets. *International Journal of Consumer Studies*, 42(6), 586-598.
- Nahman, A., de Lange, W., Oelofse, S., & Godfrey, L. (2012). The costs of household food waste in South Africa. *Waste Management*, 32(11), 2147-2153. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2012.04.012>
- Nikolaus, C. J., Nickols-Richardson, S. M., & Ellison, B. (2018). Wasted food: A qualitative study of U.S. young adults' perceptions, beliefs and behaviors. *Appetite*, 130, 70-78. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.07.026>
- Obuobi, B., Zhang, Y., Adu-Gyamfi, G., Nketiah, E., Grant, M. K., Adjei, M., & Cudjoe, D. (2022). Fruits and vegetable waste management behavior among retailers in Kumasi, Ghana. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 67, 102971.
- Okumus, B., Taheri, B., Giritlioglu, I., & Gannon, M. J. (2020). Tackling food waste in all-inclusive resort hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 88. [https://doi.org/ARTN\\_102543\\_10.1016/j.ijhm.2020.102543](https://doi.org/ARTN_102543_10.1016/j.ijhm.2020.102543)
- Onwezen, M. C., Antonides, G., & Bartels, J. (2013). The Norm Activation Model: An exploration of the functions of anticipated pride and guilt in pro-environmental behaviour. *Journal of economic psychology*, 39, 141-153.
- Özbük, R. M. Y., Coşkun, A., & Filimonau, V. (2022). The impact of COVID-19 on food management in households of an emerging economy. *Socio-Economic Planning Sciences*, 82, 101094.
- Özekici, Y. K. (2022). Extending value-belief and norm theory with social identity for preventing food waste at restaurants. *Turizm Akademik Dergisi*, 9(2), 273-291.
- Papargyropoulou, E., Wright, N., Lozano, R., Steinberger, J., Padfield, R., & Ujang, Z. (2016). Conceptual framework for the study of food waste generation and prevention in the hospitality sector. *Waste management*, 49, 326-336.
- Park, J., & Ha, S. (2014). Understanding consumer recycling behavior: Combining the theory of planned behavior and the norm activation model. *Family and consumer sciences research journal*, 42(3), 278-291.
- Porter, S. D., Reay, D. S., Higgins, P., & Bomberg, E. (2016). A half-century of production-phase greenhouse gas emissions from food loss & waste in the global food supply chain. *Science of the Total Environment*, 571, 721-729. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2016.07.041>
- Principato, L., Pratesi, C. A., & Secondi, L. (2018). Towards Zero Waste: an Exploratory Study on Restaurant managers. *International Journal of Hospitality Management*, 74, 130-137. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.02.022>
- Qian, L., Li, F., Zhao, X., Liu, H., & Liu, X. (2022). The Association between Religious Beliefs and Food Waste: Evidence from Chinese Rural Households. *Sustainability*, 14(14), 8555.
- Ramukhwatho, F., duPlessis, R., & Oelofse, S. (2018). Preliminary drivers associated with household food waste generation in South Africa. *Applied Environmental Education & Communication*, 17(3), 254-265. <https://doi.org/10.1080/1533015X.2017.1398690>
- Sakaguchi, L., Pak, N., & Potts, M. D. (2018). Tackling the issue of food waste in restaurants: Options for measurement method, reduction and behavioral change. *Journal of Cleaner Production*, 180, 430-436. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.136>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., Smith, D., Reams, R., & Hair Jr, J. F. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): A useful tool for family business researchers. *Journal of family business strategy*, 5(1), 105-115.
- Schanes, K., Dobernick, K., & Gözet, B. (2018). Food waste matters-A systematic review of household food waste practices and their policy implications. *Journal of cleaner production*, 182, 978-991.



- Scherbaum, C. A., Popovich, P. M., & Finlinson, S. (2008). Exploring individual-level factors related to employee energy-conservation behaviors at work 1. *Journal of Applied Social Psychology, 38*(3), 818-835.
- Schillewaert, N., & Meulemeester, P. (2005). Comparing response distributions of off line and online data collection methods. *International Journal of Market Research, 47*(2), 163-178. <https://doi.org/10.1177/147078530504700203>
- Schwartz, S. H. (1977). Normative influences on altruism. İçinde *Advances in experimental social psychology* (C. 10, ss. 221-279). Elsevier.
- Schwartz, S. H., & Tessler, R. C. (1972). A test of a model for reducing measured attitude-behavior discrepancies. *Journal of Personality and Social Psychology, 24*(2), 225.
- Schwartz, S. H., & Howard, J. A. (1981). A normative decision-making model of altruism. Altruism and helping behavior, 189-211.
- Setiawan, B., Afiff, A. Z., & Heruwasto, I. (2020). Integrating the theory of planned behavior with norm activation in a pro-environmental context. *Social Marketing Quarterly, 26*(3), 244-258.
- Setiawan, B., & Puspitasari, R. (2023). Consumer intentions to reduce food waste in all-you-can-eat restaurants based on personal norm activation. *Heliyon*.
- Sherer, M., Maddux, J. E., Mercandante, B., Prenticedunn, S., Jacobs, B., & Rogers, R. W. (1982). The Self-Efficacy Scale - Construction and Validation. *Psychological Reports, 51*(2), 663-671. <https://doi.org/10.2466/pr0.1982.51.2.663>
- Sirieix, L., Lála, J., & Kocmanová, K. (2017). Understanding the antecedents of consumers' attitudes towards doggy bags in restaurants: Concern about food waste, culture, norms and emotions. *Journal of Retailing and Consumer Services, 34*, 153-158.
- Stern, P. C. (2000). New environmental theories: toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of social issues, 56*(3), 407-424.
- Sun, Y., Song, J. B., & Song, D. R. (2012). An Empirical Study on Influencing Factors of Residents Environmental Behavior. *Chinese Journal of Management, 9*(1), 144-150.
- Song, J., Cai, L., Yuen, K. F., & Wang, X. (2023). Exploring consumers' usage intention of reusable express packaging: An extended norm activation model. *Journal of Retailing and Consumer Services, 72*, 103265.
- Taberero, C., & Hernández, B. (2011). Self-efficacy and intrinsic motivation guiding environmental behavior. *Environment and Behavior, 43*(5), 658-675.
- Teng, C.-C., Wang, Y.-C., & Chuang, C.-J. (2022). Food choice motives and dining-out leftover prevention behavior: Integrated perspectives of planned behavior and norm activation. *International Journal of Hospitality Management, 107*, 103309.
- T'ing, L. C., Moorthy, K., Gunasaygaran, N., Li, C. S., Omapathi, D., Yi, H. J., Anandan, K., & Sivakumar, K. (2021). Intention to reduce food waste: A study among Malaysians. *Journal of the Air & Waste Management Association, 71*(7), 890-905.
- Tostivint, C., Östergren, K., Quedsted, T., Soethoudt, J. M., Stenmarck, A., Svanes, E., & O'Connor, C. (2016). *Food waste quantification manual to monitor food waste amounts and progression*. BIO by Deloitte.
- van der Werff, E., & Steg, L. (2015). One model to predict them all: Predicting energy behaviours with the norm activation model. *Energy Research & Social Science, 6*, 8-14. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2014.11.002>
- Visschers, V. H. M., Wickli, N., & Siegrist, M. (2016). Sorting out food waste behaviour: A survey on the motivators and barriers of self-reported amounts of food waste in households. *Journal of Environmental Psychology, 45*, 66-78.
- Wang, J., Li, M., Li, S., & Chen, K. (2022). Understanding Consumers' Food Waste Reduction Behavior—A Study Based on Extended Norm Activation Theory. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 19*(7), 4187.
- Wang, L., Liu, G., Liu, X., Liu, Y., Gao, J., Zhou, B., Gao, S., & Cheng, S. (2017). The weight of unfinished plate: A survey based characterization of restaurant food waste in Chinese cities. *Waste Management, 66*, 3-12.
- Wang, S., Wang, J., Zhao, S., & Yang, S. (2019). Information publicity and resident's waste separation behavior: An empirical study based on the norm activation model. *Waste management, 87*, 33-42.
- Wang, Z., Guo, D., Wang, X., Zhang, B., & Wang, B. (2018). How does information publicity influence residents' behaviour intentions around e-waste recycling? *Resources, conservation and recycling, 133*, 1-9.
- Yan, H., & Chai, H. (2021). Consumers' intentions towards green hotels in China: An empirical study based on extended norm activation model. *Sustainability, 13*(4), 2165.
- Yang, M., Luu, T. T., & Qian, D. (2022). Nurturing service innovation through developmental culture: A multilevel model. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 50*, 93-107.
- Yıldırım, B. Ç., & Semiz, G. K. (2019). Future teachers' sustainable water consumption behavior: A test of the value-belief-norm theory. *Sustainability, 11*(6), 1558.



Young, W., Russell, S. V., Robinson, C. A., & Barkemeyer, R. (2017). Can social media be a tool for reducing consumers' food waste? A behaviour change experiment by a UK retailer. *Resources, Conservation and Recycling*, 117, 195-203.

Zhang, X., Liu, J., & Zhao, K. (2018). Antecedents of citizens' environmental complaint intention in China: An empirical study based on norm activation model. *Resources, Conservation and Recycling*, 134, 121-128.

Zhang, Y., Wang, Z., & Zhou, G. (2013). Antecedents of employee electricity saving behavior in organizations: An empirical study based on norm activation model. *Energy Policy*, 62, 1120-1127.

**Destek Bilgisi:** Bu çalışmanın hazırlanması süresince herhangi bir bireyden ya da kurumdan aynı ya da nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazarlar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm Akademik Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Bilgilendirilmiş

**Onam Formu:** Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

**Etik Kurul Onayı:** Bu çalışmanın etik kurul onayı Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu'nun 01.03.2023 tarihli ve 2023/03-GO 2023/134 sayılı kararı ile alınmıştır.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** 1. Yazar = 100%

## EXTENSIVE SUMMARY

**Understanding the Food Waste Reduction Behavior of Diners Eating Out in the Context of Extended Norm Activation Theory and Religious Values**

Kadir ÇETİN\*

**Introduction**

The issue of food waste is being addressed worldwide with increasing awareness (Katt & Meixner, 2020; Kim et al., 2020). Food waste has environmental, economic, and social impacts (Dhir et al., 2020; Filimonau & Coteau, 2019; Luu, 2020). Approximately 3.1 billion people worldwide lack access to a healthy diet, and it is estimated that the yearly amount of food waste could feed 1.26 billion hungry people (FAO, 2022). Therefore, food waste has been studied in various sectors. Studies in the hospitality industry have focused on the attitudes of restaurant employees (Goh & Jie, 2019), waste generation and reduction strategies by employees (Filimonau & Coteau, 2019; Okumus et al., 2020; Principato et al., 2018), perspectives on food waste in the hospitality industry, and food recycling and waste disposal methods used in the sector (Sakaguchi et al., 2018). The hospitality industry is among the top three sectors for waste generation. Tourism growth, coupled with the trend of eating out, has made food waste a significant problem in developed and developing countries. Therefore, the issue of food waste is a critical global problem that requires research in various sectors.

The purpose of this research is to understand the food waste reduction behavior of consumers dining out in Turkey within the context of extended norm activation theory and religious values. Another aim of the study is to better understand consumer food waste behavior in hospitality and food and beverage businesses and to promote social sustainable development by taking measures. The importance of the research lies in the fact that out-of-home food waste is a serious problem for society in Turkey, and developing strategies to reduce food waste is essential for sustainability and food security. This study provides a different perspective by examining psychological factors rather than focusing on socio-demographic factors that affect consumer food behavior and food waste management operations in restaurants. Moreover, unlike other food waste studies conducted in Turkey, this study specifically focuses on variables that influence the intentions of consumers dining out to reduce food waste. Consequently, the findings of this research

will provide a better understanding of consumer food waste behavior in the out-of-home food consumption market in Turkey and management methods for hospitality and food and beverage businesses. The recommendations of this study will help businesses contribute to sustainable social development and find a better solution to the food waste problem in Turkey.

**Conceptual Framework**

Personal norms are defined as individuals' expectations of themselves and express their moral obligations to carry out pro-social behaviors (Han & Hyun, 2017; Lopes et al., 2019; Schwartz, 1977). These norms also include individuals' beliefs about whether a certain behavior is right or wrong (Bakhtiyari et al., 2017; Bamberg et al., 2007; Fenitra et al., 2022). Creating food waste in consumers can generate feelings of shame or guilt, which can lead consumers to be more inclined to reduce food waste (Djekic et al., 2019; Setiawan & Puspitasari, 2023). Studies support the idea that personal norms have a strong and direct effect on consumers' intentions to reduce food waste. Therefore, it can be said that personal norms positively influence individuals' intentions to carry out an action. Therefore, the following hypothesis ( $H_1$ ) is proposed:

*$H_1$ : Personal norms positively influence the behavioral intention of consumers who eat out to reduce food waste.*

Awareness of the consequences refers to the awareness that one's behavior and actions can have social and environmental impacts (Bronfman et al., 2015). Awareness of the consequences related to environmental problems such as food waste can raise people's awareness of negative effects and encourage environmentally friendly behaviors. Studies have shown that outcome awareness directly affects personal norms. Awareness of negative outcomes is positively associated with personal norms, and insufficient awareness can negatively affect the intention to reduce food waste (Zhang et al., 2013; Wang et al., 2022; Obuobi et al., 2022). Therefore, outcome awareness is an important factor in developing policies and strategies to solve environmental problems. Therefore, the following hypothesis ( $H_2$ ) is proposed:

*$H_2$ : Awareness of the consequences related to food waste positively influences personal norms.*

Responsibility attribution refers to the sense of responsibility that arises from an individual's negative behavior and is an important factor in the formation of personal norms (Groot & Steg, 2009; Stern, 2000). Research shows that responsibility attribution affects personal norms and therefore motivates environmentally friendly behaviors (Yıldırım and

\* Corresponding author at: Burdur Mehmet Akif Ersoy University, School of Tourism and Hotel Management (MAKU/STHM), Burdur, Türkiye,  
E-Mail Address: kctin@mhmetakif.edu.tr

Semiz, 2019; Stern, 2000). Studies specifically on food waste indicate that personal norms are effective in reducing food waste and that these norms are strengthened through responsibility attribution. Therefore, the following hypothesis ( $H_3$ ) is proposed:

$H_3$ : *Responsibility attribution regarding food waste has a positive effect on personal norms.*

Self-efficacy refers to an individual's belief in their ability to perform a specific behavior (Bandura, 1977; Gist & Mitchell, 1992). Individuals with high self-efficacy are more likely to perform a behavior (Arseven, 2016). Several studies have supported the relationship between self-efficacy and environmentally friendly behavior (Kim et al., 2016; Meinhold & Malkus, 2005; Scherbaum et al., 2008; Taberner & Hernández, 2011; Wang et al., 2022). In this study, self-efficacy refers to the belief in the ability of individuals who eat out to reduce food waste and influence others. Therefore, the following hypotheses ( $H_4$ ,  $H_5$ ) are proposed:

$H_4$ : *Self-efficacy has a positive effect on personal norms regarding reducing food waste.*

$H_5$ : *Self-efficacy has a positive effect on behavioral intentions to reduce food waste.*

Religious values can influence human behavior regarding sustainability and environmental protection. In this context, forming a personal norm regarding reducing food waste can also be influenced by religious values. Since food waste is considered a sin in different religions, individuals who embrace religious values may be more environmentally conscious and exhibit more environmentally friendly behaviors. Therefore, the issue of reducing food waste can be addressed in the context of environmental protection, and individuals who embrace religious values are expected to be more sensitive to this issue and have an easier time forming behavioral intentions. A study conducted by Mumuni ve ark. (2018) demonstrates that the personal norms of food service customers, especially if they belong to a religion, can be influenced by the religious values of food. Religion promotes living in harmony with nature, showing respect for the environment, and making efficient use of natural resources. Therefore, the following hypotheses ( $H_6$ ,  $H_7$ ) are proposed:

$H_6$ : *Religious values have a positive effect on personal norms regarding reducing food waste.*

$H_7$ : *Religious values have a positive effect on behavioral intentions to reduce food waste.*

## Methodology

This study examines the food waste and awareness of adults who eat out. The study did not include those under the age of 18, as they are not a significant source of food waste and may not have sufficient knowledge about the topic. Researchers resorted to an online survey as they could not find a database detailing consumer statistic for eating out. The survey questions were distributed online, and responses were collected from participants. No incentives were given to those who participated, and the survey took about 3 minutes to complete. The study preferred the online dissemination of the questionnaire due to its ease and low cost.

The Smart PLS program was used for data analysis in this study (Hair et al., 2022). Following the reflective measurement model, the processes in the Smart PLS literature were followed in the development of the study. The PLS-SEM results began with the evaluation of the external model. Convergent validity was examined using factor loadings, Cronbach's alpha, rho\_a, and the explained average variance (AVE) values. Then, discriminant validity was evaluated using the cross-loading, Fornell-Larcker, and HTMT criteria. Hypotheses were tested using 5000 bootstrapped samples.

## Results and Conclusion

The findings of this study demonstrate that awareness of food waste, attribution of responsibility, self-efficacy, personal norms, and religious values have a significant impact on behavioral intention, mediated by factors such as personal norms and self-efficacy. However, the direct effect of religious values on behavioral intention is not significant. The results highlight the role of these factors in shaping attitudes and behaviors towards food waste reduction.

The study also shows that the extended norm activation theory is a significant factor in explaining the personal norms and intentions of outdoor diners to reduce food waste. Additionally, although the effect of religious values on personal norms was found, there was no significant effect on behavioral intention. The findings contribute to effective tools that can be used with social marketing strategies to bring about attitude, belief, and behavioral changes for the common good regarding the issue of food waste. Furthermore, the study found that the level of self-efficacy has a significant impact on the intention to reduce food waste and that strengthening personal norms and self-efficacy is essential for reducing food waste. These studies can increase people's self-efficacy by providing them with the necessary skills, knowledge, and

resources and contribute to increasing social awareness about reducing food waste.

Based on the results of this research, food and beverage businesses can use information sharing strategies to increase awareness and promote a sense of responsibility towards food waste reduction. Raising awareness is critical for behavioral changes based on personal norms. Civil society organizations can organize information meetings to increase the community's self-efficacy and hold activities in different sectors of society. The government should provide more support for scientific research and social responsibility projects, and incentives for food waste reduction should be encouraged from the largest to the smallest unit. The lack of a law in Turkey to reduce food waste and the insufficient projects of the Ministry of Agriculture and Forestry are concerning.



# Turizm Akademik Dergisi

## Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



## Sinop İli Yamaç Paraşütü Potansiyelinin Destinasyon Özellikleri ve Turizm Deneyimleri Açısından Değerlendirilmesi\*

Ramazan GÜZEL<sup>a\*\*</sup>, Gülizar CENGİZ<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Sinop Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu, Yabancı Diller Bölümü, Sinop, E-mail: rguzel@sinop.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0622-0894

<sup>b</sup> Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Kastamonu, E-mail: gakkus@kastamonu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9262-2680

### Öz

Değişen modern insan ihtiyaçları doğrultusunda ve gelişen ekipman teknolojisi sayesinde her geçen gün sıra dışı sporlara yönelen ya da bu faaliyetleri deneyimlemek isteyen insan sayısı artmaktadır. Turistik bölgelerdeki işletmeler, sundukları alternatif seçeneklere bu sporları ekleyerek ziyaretçilerin ilgisini çekmeyi amaçlamaktadır. Turistik deneyimi çeşitlendirmek ve ziyaretçilere farklı bir bakış açısı sunmak amacıyla yapılan bu faaliyetlerden önce destinasyonların sahip olduğu özellikler açısından bu etkinliklere uygunluğu ve gelen ziyaretçilere bekledikleri deneyimi yaşatabilme ihtimalleri iyi araştırılmalıdır. Aksi takdirde kaynakların yanlış alana aktarılması söz konusu olabilir. Sinop ili özellikle yaz aylarında deniz turizmi amacıyla ziyaret edilmekte olduğundan şehri yılın her döneminde çekici kılacak alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Şehirdeki belirli bölgelerde yamaç paraşütü faaliyetleri gerçekleştirilmekle birlikte bu sporun Sinop ili için önemli bir fırsat olabileceği düşünülmektedir. Bu sebeple çalışmada Sinop ilinin destinasyon özellikleri açısından yamaç paraşütüne uygunluğunu saptamak ve destinasyonda yaşanan yamaç paraşütü turizmi deneyimlerini derinlemesine incelemek amaçlanmıştır. Buhalis (2000) ile Pine ve Gilmore (1998)'un çalışmalarına dayanarak yazarlar tarafından toplam on sorudan oluşan bir görüşme formu hazırlanmıştır. Sinop ilinde daha önce yamaç paraşütü yapmış 11 pilot ile görüşülmüştür. Manuel olarak değerlendirilen görüşme bulguları neticesinde birtakım yönetsel önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Destinasyon Özellikleri, Turizm Deneyimi, Macera Sportu, Yamaç Paraşütü, Sinop.

### Evaluation of Sinop Province Paragliding Potential in terms of Destination Characteristics and Tourism Experiences

#### Abstract

The number of people who tend to do extreme sports or want to experience these activities is increasing in line with the changing modern human needs and developing equipment technology. Businesses in touristic regions aim to attract the attention of visitors by adding these sports to the alternative options they offer. Before these activities, which are carried out in order to diversify the touristic experience and offer a different perspective to the visitors, the suitability of the destinations for these activities in terms of their characteristics and the possibility of providing the visitors with the experience they expect should be well researched. Otherwise, there will be a transfer of resources to the wrong area. The province of Sinop is visited especially in summer for the purpose of sea tourism, and there is a need to develop alternative tourism types that will make the city attractive at all times of the year. Although paragliding activities are carried out in certain regions of the city, it is thought that this sport can be an important opportunity for the province of Sinop. For this reason, in this study, it is aimed to determine the suitability of Sinop for paragliding in terms of destination features and to examine in depth the paragliding tourism experiences in the destination. Based on the studies of Buhalis (2000) and Pine and Gilmore (1998), an interview form consisting of ten questions was prepared by the authors. Interviews were made with 11 pilots who had paraglided before in Sinop. As a result of the interview findings that were evaluated manually, some managerial suggestions were made.

**Keywords:** Destination Characteristics, Tourism Experience, Adventure Sport, Paragliding, Sinop.

JEL CODE: L80, L83, L89

#### Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 08.06.2023

Birinci Düzeltme : 16.08.2023

İkinci Düzeltme : 31.08.2023

Kabul : 03.11.2023

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Güzel, R., Cengiz, G. (2023). Sinop İli Yamaç Paraşütü Potansiyelinin Destinasyon Özellikleri ve Turizm Deneyimleri Açısından Değerlendirilmesi, Turizm Akademik Dergisi, 10 (2), 231-250.

\* Bu çalışma için Sinop Üniversitesi 10/04/2023 tarih ve E-57428665-050.01.04-172311 sayılı "Etik Kurul Onayı" alınmıştır.

\*\* Sorumlu yazar e-posta: rguzel@sinop.edu.tr



## GİRİŞ

Günümüzde, turizm sektörü dünya genelinde hızla büyümekte ve insanların büyük çoğunluğu, özellikle yaz aylarında, deniz turizmi gibi geleneksel tatil seçeneklerine yönelmektedir. İnsanların çoğunun aktif çalışma zamanı dışında kalan yaz aylarında deniz turizmine katılması ile artış gösteren kitlesel seyahatler, birçok olumsuz etkiyi beraberinde getirmektedir. Bu etkiler arasında çevresel kirlilik, fiyat artışları, iş güvensizliği, günlük yaşamın bozulması, kültürel özgünlüğün kaybı ve tarihi mekanlara verilen zarar yer almaktadır (Tovar ve Lockwood, 2008). Ayrıca mal ve hizmetlere olan talebin artması, doğal kaynakların aşırı tüketilmesine ve deniz ekosistemlerinin kirlenmesine yol açabilmekte, kitlesel turizmle artan nüfus trafik ve altyapı sorunlarının ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Page, S. J., ve Connell, J. 2006; Gössling, 2002; Gössling, Scott, ve Hall, 2013). Bu yıkıcı etkileri azaltabilmek ve turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini veya ülkelerin turizmden elde ettiği gelirin devamlılığını sağlayabilmek adına çevreye duyarlı, doğaya zarar vermeme felsefesine dayanan alternatif turizm türleri ortaya çıkmaktadır. Alternatif turizm kavramı, çevresel sürdürülebilirliği ön planda tutan, yerel topluluklar ve doğal kaynaklar üzerindeki olumsuz etkileri en aza indiren çeşitli turizm türlerini kapsamaktadır. Bu alternatif turizm türleri ekoturizm, agroturizm, kültür turizmi, macera turizmi ve toplum temelli turizmi içermektedir (Zolfani ve ark., 2015). Bu türler günümüz turist tipolojisinin, beklenti ve isteklerinin değişmesi ile her geçen gün sayısını artırmaktadır. Turistler artık birbirine benzemeye başlayan destinasyonlarda benzer faaliyetlere katılmak yerine benzer destinasyonlar olsa dahi farklı rekreatif faaliyetler aramakta ya da turizm faaliyetlerine deneyimlerin eklenmesi yoluyla unutamayacağı anlar yaşamayı istemektedir. Bu sebeple destinasyonlar yeni alternatif turizm türleri geliştirmeye odaklanmakta ve bu türlere deneyimsel birtakım faaliyetler ekleyerek turistlerin destinasyonu tekrar ziyaretini sağlamaya çalışmaktadır. Aksi takdirde turistlerin daha önce ziyaret ettiği bir destinasyon yerine yakın ikamesini ziyaret etmesi kuvvetle muhtemeldir.

Dağlık alanlarda yapılabilecek alternatif turizm türleri arasındaki dağcılık, trekking, kampçılık, bitki gözlemciliği, yamaç paraşütü gibi aktiviteler bölgedeki doğal güzellikler ve coğrafi özellikleri keşfetmek isteyen turistlere farklı deneyimler sunabilir. Dağlık alanların yoğun olduğu destinasyonlar, turizmin olumsuz etkilerini azaltma ve sürdürülebilir turizmi teşvik etme konusunda da önemli rol oynayabilir. Bu bölgeler, doğal güzellikleri, zengin ekosistemleri ile turistlerin ilgisini çekmektedir. Ancak bu yoğun talep, doğal kaynakların korunması ve çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması açısından da bir dizi zorluğu beraberinde getirmek-

tedir. Bu bağlamda, dağlık alanlarda alternatif turizm türlerinin keşfi ve uygulanması, turizmin sürdürülebilirliği için önemli bir strateji olabilir. Yamaç paraşütü turizmi de dağlık alanlarda uygulanabilecek alternatif turizm çeşitlerinden biridir. Yamaç paraşütü gibi sert macera turizmi faaliyetleri, alternatif turizmin çeşitlendirilmesine ve turistlere farklı deneyimler sunmaya yardımcı olabilir. Yamaç paraşütü aktif katılıma dayalı, kişinin deneyimle sarmalandığı bir sert macera turizmi faaliyetidir. İçerdiği risk sebebiyle yeterlilik yani eğitim gerektiren, sağladığı sürekli adrenalin duygusu ile eğlendiren, uçuş anında muhteşem manzaralar ile estetik deneyimler yaşatan ve kişinin tamamen gerçeklikten koparak kaçış deneyimini yaşadığı önemli bir aktivitedir.

Günümüzde, modern insanın değer yönelimlerindeki değişiklikler, turizm alanında yeni eğilimlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Özellikle genç nesil, geleneksel tatil seçeneklerinin ötesine geçerek kişisel duygusal ihtiyaçlarını karşılamak ve spor aracılığıyla kendi kimliğini keşfetmek için standart dışı, ekstrem sporlar arayışına girmiştir. Bu eğilim, delta kanat, yamaç paraşütü, paraşütle atlama gibi sporları yapmak isteyenlerin sayısının her geçen gün artmasına yol açmıştır (Ivanov, 2019). Türkiye'de de son yıllarda gelişmekte olan sporlar arasında yer alan yamaç paraşütü (Karademir ve Güven, 2016) adrenalin tutkunlarını cezbetmektedir.

Bu bağlamda, Sinop ili, sahip olduğu coğrafi özellikleri, doğal güzellikleri ve potansiyeli ile yamaç paraşütü gibi ekstrem sporlar için önemli bir destinasyon olabilir. Ancak bu potansiyelin nasıl değerlendirileceği ve turizmin sürdürülebilirliğine nasıl katkı sağlayabileceği önemli bir soru işaretidir. Bu noktada, bu araştırmanın temel amacı Sinop ilinin gelişimi açısından yamaç paraşütü turizmine uygunluğunu incelemektir. Çalışmanın genel amacı doğrultusunda, şu araştırma soruları belirlenmiştir: Sinop ilinin coğrafi ve doğal özellikleri, yamaç paraşütü gibi ekstrem sporların yapılmasına ne derece elverişlidir? Sinop'ta yamaç paraşütü yapan bireylerin profilini ve deneyimlerini derinlemesine incelemek, bu sporun destinasyonun turizm potansiyeline nasıl katkı sağladığını anlamamıza yardımcı olabilir mi? Sinop'un yamaç paraşütü turizmi alanındaki mevcut altyapısı ve hizmetleri, turistlerin beklentilerini karşılamak için yeterli midir? Bu araştırma sorularının cevapları, Sinop ilinin yamaç paraşütü turizmi açısından potansiyelini ve bu tür ekstrem sporların destinasyonun gelişimine nasıl katkı sağlayabileceğini daha iyi anlamamıza yardımcı olacaktır.

Bu araştırma, daha önce yapılan çalışmaların eksik noktalarını gidermeyi amaçlamaktadır. Daha önceki araştırmalarda Sinop ilinin turistik potansiyeli ve eks-

trem sporlar açısından ne kadar uygun olduğuna dair sınırlı veriler bulunmaktadır. Bu bağlamda, bu çalışma, destinasyonun yamaç paraşütü gibi ekstrem sporlara olan uygunluğunu daha kapsamlı bir şekilde değerlendirmeyi ve daha önce Sinop'ta bu sporu yapmış bireylerin deneyimlerini incelemeyi amaçlamaktadır.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### Destinasyon Özellikleri

Latince kökenli destinasyon kelimesi “*belirlemek, atamak, seçmek, sağlamlaştırmak veya hızlandırmak*” anlamlarına gelmekteyken, zamanla “*herhangi bir şeyin amaçlandığı veya atandığı amaç, bir yolculuğun veya iletimin önceden belirlenmiş sonu, varış yeri, bir şeyin tayin edildiği veya yönlendirildiği yer*” anlamında kullanılmaya başlanmıştır (Etymonline, 2022). Kelime etimolojik olarak çok farklı anlamlar içerdiği için net bir tanımının yapılması oldukça güçtür. Türk Dil Kurumu'na (TDK, 2022) göre destinasyon, varılacak olan yeri ifade etmekle birlikte bu varış yeri bir turizm bölgesi olması halinde turizm destinasyonu tabiri kullanılmaktadır. Ancak kavram turizm alanında sıklıkla kullanılması sebebiyle doğrudan destinasyon kelimesinin kullanımı da turizm destinasyonunu ifade eder hale gelmiştir. Buhalis (2000) destinasyonu, ziyaretçilerin seyahat programları, seyahat motivasyonları, geçmiş yaşamları, ziyaret amaçları, eğitimleri, yaşları ve kültürleri gibi birden fazla faktörü içeren, yerel ölçekte sunulan mal, hizmet ve tatil deneyimlerinin bileşimi olarak tanımlamaktadır. Çakıcı ve Aksu (2007) ise destinasyonu; çekiciliği olan, belirli düzeyde altyapı ve üstyapı ile donatılmış, seyahat koşullarını karşılayan, belirli hizmetler sunabilen ve belirli bir imaja sahip alan olarak tanımlamaktadır.

Turistlerin destinasyon seçiminde ne aradıklarını, destinasyonun hangi özelliğine daha çok odaklandığını anlamak, etkili destinasyon yönetimi ve pazarlaması açısından oldukça önemlidir (Eren ve ark., 2017). Çünkü bir destinasyonu oluşturan çok farklı unsurlar bulunmakta ve her destinasyonun kendine has özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler sebebiyle taklit edilmesi zorlaşmaktadır (Tüfekçi, 2014). Destinasyonların ortak özellikleri arasında bölgenin erişilebilirliği, fiyat-kalite dengesi, bölgede gerçekleştirilen faaliyetler, iklim, bölgedeki tesislerin sunduğu imkanların çeşitliliği gibi faktörler sıralanabilir (Butler, 2001). Bu faktörler ya da unsurlar çeşitli çalışmalarda farklı şekillerde sınıflandırılmıştır. Inskeep (1991) destinasyonların sürdürülebilir turizm planlaması bileşenlerini dokuz başlık (turistik yerler ve aktiviteler, konaklama, diğer turistik tesisler ve hizmetler, ulaşım imkanları ve hizmetleri, diğer altyapılar, turizmi geliştirmek ve yönetmek için gerekli kurumsal unsurlar, doğal ve sosyoekonomik çevre, yurtiçi ve uluslararası pazar grubu, yerleşiklerin

turistik yerleri ve imkanları kullanımı) altında toplamıştır. Fakat en çok kabul gören Buhalis'in ortaya koyduğu 6A unsurları olmuştur. Buhalis (2000:2) destinasyonları oluşturan unsurları veya destinasyon özelliklerini altı ana başlık altında toplamıştır:

**Çekicilikler (Attractions):** Bir bölgenin turizm destinasyonu niteliğine kavuşabilmesi için öncelikle doğal, insan yapımı, yapay, belirli amaçlara yönelik inşa edilmiş birtakım değerlere ya da kültürel miras unsurlarına sahip olması veya çeşitli özel etkinliklere ev sahipliği yapması gerekmektedir. Sıralanan bu unsurlardan herhangi birine sahip olmayan bir destinasyonun turistik destinasyon haline dönüşmesi neredeyse imkansızdır. Bununla birlikte bir bölgenin önemli bir turizm destinasyonuna dönüşmesi sürecinde özellikle doğal ya da kültürel miras unsuru/unsurlarına sahip olması beklenmez çünkü insan eliyle inşa edilmiş birçok yapı da doğal ya da kültürel unsurlar kadar dikkat çekici olabilmektedir.

**Ulaşılabilirlik (Accessibility):** Destinasyonlara erişim için özellikle yolların ve güzergâhların belirlenmiş ve tamamlanmış olması, bu güzergâhlarda kullanılabilir ulaşım araçları ve durakların/terminalerin çeşitlendirilmesi gerekmektedir. Bir destinasyona yalnızca karayolu güzergâhı çizilip kara taşıtlarıyla ulaşım sağlanabilir. Ancak destinasyonun yapısına ve sahip olduğu özelliklere göre kara, hava ve deniz yoluyla ulaşım imkânının da olması destinasyonun ağırlayacağı ziyaretçi sayısını olumlu etkileyecektir.

**Tesisler (Amenities):** Bölge bir çekiciliğe sahip ve bu çekiciliğe erişilebiliyor olması da yeterli değildir. İster gününbirlik olsun ister konaklamalı insanlar çekiciliğe ulaştıkları an orada vakit geçirmek isterler. Eğer kendilerine bir konaklama imkânı sunulur, hatta acentalar vasıtasıyla bölgede çeşitli faaliyetler gerçekleştirilirse destinasyonda geçirdikleri vakit artabilir ki bu sayede destinasyonların en önemli sorunlarından biri olan geceleme sayısı düşüklüğü ya da transit geçiş durumu ortadan kaldırılabilir.

**Planlı Turlar (Available Packages):** Destinasyonda seyahat acentaları ve tur operatörleri gibi aracı kurumlar tarafından organize edilen çeşitli turların olması destinasyonun gelişimi açısından oldukça önemlidir. Çünkü bir turist destinasyona vardığında bireysel çabası ile gerçekleştirebileceği faaliyetler hem daha maliyetli olmakta hem de zaman ayarlaması daha zor olabilmektedir. Ancak acentalar tarafından daha önce denenmiş ve başarılı olmuş birtakım faaliyetlerin turiste sunulması çoğu zaman ilgi ile karşılanmaktadır.

**Etkinlikler (Activities):** Turistlerin ziyaretleri süresince destinasyonda düzenlenecek çeşitli etkinlikler, turistlerin bölgedeki geceleme sayısını arttırmada başat

rol üstlenmektedir. Destekleyici Hizmetler (Ancillary Services): Bir destinasyonda turistin ulaşım, konaklama, yiyecek-içecek, farklı tur programları ya da çeşitli etkinliklere ilişkin ihtiyacı karşılanırsa da turistler özellikle döviz bozdurma, iletişim ve sağlık gibi birçok farklı hizmete gereksinim duymaktadır. Bu hizmetler banka, postane, gazete bayi, hastane gibi kurumlar aracılığıyla karşılanmaktadır.

Literatürde destinasyonların sahip olması gereken nitelikleri, bileşenleri ya da unsurları ortaya koyan ve kaynak niteliği taşıyan temel kabul görmüş çalışmalar (Inskeep, 1991; Buhalis, 2000) bulunmakla birlikte araştırmacılar genellikle bir destinasyonun bu vasıflara sahip olup olmadığını tespit etmeye odaklandıkları turizm potansiyeli çalışmaları yürütmektedir (Arpacı, Zengin ve Batman, 2012; Gülhan, Torlak ve Çınar, 2012; Baldemir ve Kurnaz, 2013; Elmas, Akkuş ve Akkuş, 2013; Akkuş ve Akkuş, 2016; Akkuş ve Güçtemur, 2021). Bununla birlikte bu araştırmada olduğu gibi bazı araştırmalarda da doğrudan destinasyon bileşenleri ya da özelliklerine odaklanıldığı görülmektedir. Akkuş (2019) yaptığı araştırmada bir turizm destinasyonunun sahip olması gereken unsurları destinasyon bileşenleri olarak nitelendirmiş ve duygusal deneyimler ile arasındaki ilişkiyi tespit etmeyi, bu değişkenlerin davranışsal niyet üzerinde etkisi olup olmadığını saptamayı amaçlamıştır. Varol ve ark. (2022) çalışmalarında yamaç paraşütünün Konya'daki potansiyelini, bu etkinlikle aktif olarak ilgilenen katılımcıların ifadeleri doğrultusunda ortaya koymaya çalışmışlardır. Araştırma sonucunda yamaç paraşütünün kültürel ve açık hava rekreasyon etkinliği olması, bireylerin mutluluk ve sosyalleşme isteği ve Konya'nın jeolojik yapısı nedeniyle tercih edildiği saptanmıştır. Normal bir destinasyonun sahip olması gereken özelliklere ek olarak yamaç paraşütü destinasyonları için coğrafi durum, hava koşulları gibi faktörler de eklenebilir. Dünyada İsviçre'deki Interlaken, Nepal'de Pokhara, Kolombiyada San Gil, Fransa'da Chamonix, Gürcistan'da Gudauri, Türkiye'de Ölüdeniz (Booking.com, 2023) bu özelliklere sahip dünyaca ünlü yamaç paraşütü destinasyonlarından birkaçıdır.

### Yamaç Paraşütü Deneyimi

Bir kişinin günlük yaşamda sahip olduğu oluşumları ifade eden belirsiz bir terim olarak 1960'lı yıllarda kullanılmaya başlanan deneyim kavramı, 1982 yılında Holbrook ve Hirschman'ın çalışması ile pazarlama literatürüne girmiştir (Akkuş, 2017). Oh ve Fiore (2007) deneyimi günlük faaliyetler dışında bireye zevk veren, zihinde kalıcı olan ve bireyi duygusal olarak etkileyen olayların toplamı olarak tanımlamaktadır. Schmitt (1999) deneyimi işletmelerin hazırladıkları uyarıcılara karşı müşterilerin verdiği özel tepkiler olarak değerlendirmiştir. Gupta ve Vajic (1999) çalışmalarında dene-

yimin, bir müşterinin hizmet sağlayıcılar tarafından farklı öğeler ile oluşturulan içerik ile belirli bir seviyede etkileşimi sonucu kazanılan his ve bilgi sonucu ortaya çıktığını söylemişlerdir. Tüketicilerin, tüketirken yaşadıkları unutulmaz deneyim ve duyguları ifade eden deneyim ekonomisi kavramı ise ilk kez Pine ve Gilmore (1998; 1999) tarafından ortaya atılmış ve deneyim turizm sektörünün birçok alanında uygulanmış ve kabul görmüştür. Pine ve Gilmore'ye (1998) göre deneyim ekonomisi iki sürekli boyutta tezahür eden dört alanı (eğitim, eğlence, estetik ve kaçış) içermektedir. İlk boyut, aktif veya pasif müşteri katılımından oluşmaktadır. Pasif katılım, müşterinin televizyonda bir performans izlemesi veya bir müzede sanal bir tura çıkması gibi sahnelenen deneyimi etkilememesi anlamına gelir. Aktif katılım ise müşterinin deneyimin birlikte yaratılmasında, örneğin orkestra performansında keman çalmada veya müzede gerçekleştirilen kültürel dansa katılmada kilit bir rol oynamasını ima eder. İkinci boyut olan bağlantı, özümseme ve sarmalanma olmak üzere iki uç noktayı içerir. Özümseme, bir deneyime dalmak, bir orkestra performansını dinlemek veya canlı bir kültürel dans gösterisini izlemek gibi deneyime zihinsel olarak dâhil olmayı ifade ederken, sarmalanma kültürel dansa katılırken deneyime fiziksel olarak dâhil olmayı ifade eder. Yazarlara göre, eğlenceli deneyimler müşteri özümseme yani deneyime zihinsel olarak dahil olma anında, pasif katılımı, eğitim deneyimleri aktif katılım ve özümseme söz konusu olduğunda açığa çıkar. Estetik deneyimler pasif olarak kişi deneyimle sarmalandığında oluşur. Kaçış deneyimleri ise hem sarmalanma hem de daha fazla müşteri katılımını içerir. En zengin deneyimler, iki boyutun kesiştiği "hoş nokta" olarak da ifade edilen dört alanın tümünü kapsayan deneyimlerdir.

Turizm açısından deneyim kavramı, turistlerin seyahatleri sırasında hissettikleri görsel estetik deneyimleri ve manevi deneyimi olarak ifade edilebilir. Bir başka deyişle deneyim turistlerin seyahatleri sonucundaki memnuniyetleri, kişisel tepkileri ve duyguları (Ghosh ve Mandal, 2019: 1290) veya kişilerin evlerinden kilometrelerce uzakta bir bölgeyi ziyaret etmesi ve o bölgedeki faaliyetlere katılarak eğlenmesi (Stamboulis ve Skayannis, 2003: 41) olarak kabul edilebilir. Turizm deneyimi kitle turizmi ve alternatif turizm türlerinin tamamına uyarlanabilen, tamamında yaşanabilecek bir süreçtir. Bu türlerden biri de macera turizmidir. Her ne kadar macera turizmi kavramının tanımı ve kapsamı, turizm araştırmacıları arasında hala tartışma konusu olsa da teorik perspektiften bakıldığında, tüm turizm faaliyetleri maceracı olarak tanımlanabilmektedir (Gyimóthy ve Mykletun, 2004). Macera turizmi belirli bir risk derecesine sahip keşif veya seyahati içeren, özel beceriler ve fiziksel çaba gerektirebilecek niş bir turizm türüdür (turkeyoutdoor, 2022). Macera turizmi faaliyetleri sert ve yumuşak macera turizmi olarak



iki kategoride değerlendirilmektedir. Yumuşak macera turizmi düşük riskli aktiviteler ve başlangıç becerileri gerektirmezken, sert macera turizmi faaliyetleri yüksek düzeyde risk içermekte ve faaliyetten önce yeterlilik gerektirmektedir. Hayvan, bitki gözlemi, kamp veya kano yapmak gibi aktiviteler yumuşak macera faaliyetleri olarak kabul edilirken kayak, tırmanma, mağaracılık, yamaç paraşütü gibi aktiviteler sert macera faaliyetleri olarak kabul edilmektedir (Swarbrooke, Beard, Leckie ve Pomfret, 2003).

Sert macera faaliyetlerinden biri olan yamaç paraşütü, 1980'lerde bazı havacılık sporcularının koşup yokuşlardan atlamak için serbest paraşüt kullandığı zaman başlayan bir etkinliktir (Saçlı ve Kahraman, 2019). Gün geçtikçe daha fazla kişi tarafından deneyimlenen yamaç paraşütüne dair her geçen gün yeni alanların açılması ve var olan alanların geliştirilmesi, bu açık hava rekreasyon etkinliğinin destinasyonlar için önemini arttırdığını da göstermektedir (Dağdeviren ve ark., 2020).

Yamaç paraşütüne ait literatürde kısıtlı çalışma bulunmakla birlikte yamaç paraşütü ile ilgili araştırmaların sıklıkla spor bilimleri ve tıp (ortopedi) alanında yapıldığı gözlenmiştir. Bu araştırmalarda özellikle uçuş teknikleri (Wilkes ve ark., 2021; Stasek ve Karban, 2021) ve paraşüt kazaları ya da yaralanmalarına (Kruger-Franke ve ark., 1991; Zeller ve ark., 1992; Terra ve ark., 2013; Fasching ve ark., 1997; Gauler ve ark., 2006; Feltracco ve ark., 2012; Chae ve ark., 2022) odaklanıldığı saptanmıştır. Yamaç paraşütü turizminin ele alındığı araştırmalarda özellikle destinasyonların yamaç paraşütü turizmi potansiyelinin (Pavić, Rančić ve Mijatov, 2013; Mekinc ve Mušič, 2016; Ivanov, 2019; Nikolovska ve Nikolovski, 2021) SWOT analizi ile değerlendirildiği (Tuban, 2019; Dağdeviren ve ark., 2020), turistlerin yamaç paraşütüne katılım motivasyonları ve memnuniyetlerinin ele alındığı (Saçlı ve Kahraman, 2019) gözlenmiştir.

Yamaç paraşütü deneyimi araştırmalarında ise özellikle yamaç paraşütü sırasında yaşanan akış deneyimine odaklanıldığı tespit edilmiştir. Ayazlar (2015a) yaptığı çalışmada, deneyimin öncülleri, özellikleri ve sonuçları çerçevesinde yamaç paraşütü faaliyetlerinde akış teorisini test etmiştir. Elde edilen verilerden yamaç paraşütçülerinde akış deneyimini yaşamada zorluk-beceri dengesi, konsantrasyon ve heyecan arama davranışlarının etkili olduğu, akış deneyiminin katılımcıların kişisel iyi oluşlarına olumlu katkı sağladığı belirlenmiştir. Ayazlar (2015b) çalışmasında benzer şekilde paraşütçülerin akış teorisinin zorluk-beceri dengesi, kontrol duygusu, zaman yitimi, açık hedefler ve odaklanmış dikkat boyutlarını deneyimlediklerini saptamıştır. Bir başka çalışmada ise Ayazlar ve Yüksel

(2018) akış deneyiminin yaşam doyumunun bir yordayıcısı olduğunu öne süren sınırlı sayıda araştırma olduğundan bahsetmiş, macera ortamındaki akış deneyiminin öncülleri arasındaki karşılıklı ilişkileri nicel bir tasarım kullanarak araştırmıştır. Çalışma sonucunda heyecan arama boyutu ilk kez yamaç paraşütü aktivitesinde akış deneyiminin öncülü olarak desteklenmiştir. Meydan okuma-beceri dengesi ve konsantrasyon da akış durumunun güçlü öncülleri olarak bulunmuştur. Akış deneyimi ile yaşam doyumunu arasındaki deneyim doyumunu yoluyla doğru ve dolaylı ilişkileri olduğu da yapılan çalışmada belirlenmiştir.

## YÖNTEM

### Araştırmanın Amacı

Sinop'u son üç yılda ziyaret eden toplam turist sayısı konaklama tesisi, müze ve ek olarak kayıt altına alınmayan tahmini ziyaretçi sayıları birleştirilerek belirlenmiş ve 100.000'in üzerinde olduğu kayıtlara geçmiştir (Sinop Valiliği, 2022). Çok sayıda insan tarafından denizi, tarihi mekânları ve tabiat parklarıyla genellikle yaz aylarında ziyaret edilen Sinop'u yılın her döneminde turistik bir cazibe merkezi haline getirmek için alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Önemli macera turizmi türlerinden biri olan yamaç paraşütünün Sinop ili için önemli bir alternatif turizm çeşidi olabileceği düşünülmektedir. Çünkü münferit olarak Sinop şehrindeki belirli bölgelerde yamaç paraşütü faaliyetlerinin gerçekleştirildiği bilinmektedir. Bu çalışmada Sinop ilinin destinasyon özellikleri açısından yamaç paraşütüne uygunluğunu saptamak ve destinasyonda yaşanan yamaç paraşütü turizmi deneyimlerini derinlemesine incelemek amaçlanmıştır.

### Evren ve Örneklem

Araştırma, coğrafi olarak Sinop ilini içermektedir; bu il, araştırmanın odak bölgesini oluşturmaktadır. Çalışma, ilin yamaç paraşütü potansiyeli ve yamaç paraşütü deneyimleri üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu kapsam içerisinde, yamaç paraşütü ile uğraşan bireyler, araştırmanın ana evrenini oluştururken, örneklem ise bu evrenin bir temsilini sunmaktadır.

Çalışmanın evrenini Sinop ilinde daha önce yamaç paraşütü yapmış pilotlar oluşturmaktadır. Evrenin tamamına zaman ve maliyet açısından ulaşmak mümkün olmadığı için örnekleme yoluna gidilmiştir. Evreni oluşturan birimlere erişmenin zor olduğu veya evren hakkındaki bilgilerin (büyüklük ve bilgi derinliği vb.) eksik olduğu durumlarda kullanılan kartopu örnekleme tekniği kullanılmıştır (Patton, 2005).

Bu çerçevede, ilk olarak Sinop Havacılık Kulübü başkanıyla iletişim kurulmuş ve kulüp başkanı daha

önce Sinop'ta yamaç paraşütü yapmış olan diğer üyelerin bilgilerini araştırmacılarla paylaşmıştır. Bu yönlendirmeler sayesinde, daha önce Sinop ilinde yamaç paraşütü deneyimi yaşamış olan 11 kişiye ulaşılmıştır. Bu 11 yamaç paraşütçü, araştırmanın örneklemini oluşturmuş ve çalışmanın odak noktasını temsil etmiştir

### Veri Toplama Araçları ve Verilerin Analizi

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme tekniklerinden standartlaştırılmış açık uçlu görüşme tekniği (Ocak, 2019) benimsenmiştir. Destinasyon özelliklerinin değerlendirilebilmesi için Buhali's'in (2000) turistik destinasyonların genel özellikleri 6A sistemi göz önüne alınarak altı soru, pilotların yaşadığı turizm deneyimlerinin tespiti amacıyla Pine ve Gilmore'nin (1998) 4E deneyim modeline uygun olarak dört soru hazırlanmıştır. Görüşme soruları hazırlanırken soruların evet-hayır şeklinde cevaplanmayı mümkün kılmamasına özen gösterilmiş ve soruları daha anlaşılır kılmak adına bazı sondalar eklenmiştir.

Yazarlar tarafından hazırlanan görüşme soruları daha önce nitel araştırma yapmış iki akademisyen ile paylaşılarak soruları değerlendirmeleri istenmiştir.

Sorular açık ve anlaşılır bulunduğu için bir paraşütçü ile pilot görüşme gerçekleştirilmiş ve sorular son şeklini almıştır. Toplam on sorudan oluşan bir görüşme formu hazırlanmıştır. Bu sorular öncesinde katılımcıların demografik özelliklerini tespit etmek amacıyla yaş, eğitim durumu, meslek, gelir ve medeni durumları sorulmuştur. Ardından bireylerin geçmiş yamaç paraşütü tecrübelerini öğrenebilmek amacıyla daha önce yamaç paraşütü yaptığı yerler, hangi aylarda yaptığı, bireysel/grup olarak mı yaptığı ve yamaç paraşütü eğitimi alıp almadığına dair dört soru yöneltmiştir.

Araştırma kapsamında Sinop ilinde daha önce yamaç paraşütü yapmış 11 pilot ile görüşülmüştür. Görüşmelerin tamamı ikinci yazar tarafından yapılmıştır. Görüşme öncesi katılımcılara aydınlatılmış onam formu imzalatılmış, Sinop Üniversitesi Etik Kurul Biriminden gerekli izinler alınmıştır.

Görüşmelere ilişkin detaylı bilgiler Tablo 2'de sunulmuştur. Görüşmelerden yalnızca ikisi yüz yüze gerçekleştirilirken diğer katılımcıların yanıtları çevrim içi ortam aracılığıyla Google Forms üzerinden alınmıştır. Yüz yüze görüşme yapılan katılımcıların beyanları alınarak görüşmelerde ses kaydı alınmıştır.

**Tablo 1.** Görüşme Soruları

- 1- Sinop'un coğrafi yapısı, iklimi, doğal alanları, kültürel ve tarihi çekiciliklerini yamaç paraşütü açısından nasıl buluyorsunuz?
- 2- Yamaç paraşütü yapmak amacıyla Sinop şehrine ulaşımın ya da şehirden yamaç paraşütü yapılan alanlara ulaşımın durumunu nasıl değerlendirirsiniz?
- 3-Sinop'taki konaklama imkânlarını (çeşitliliği, kalitesi, fiyatı) ve yiyecek-içecek imkânlarını (çeşitliliği – fastfood, yerel mutfak vb.-, kalitesi, fiyatı) yamaç paraşütü öncesi, esnası ve sonrası açısından nasıl değerlendirirsiniz?
- 4a-Sinop'ta yamaç paraşütüne dair aracı kuruluşlar ve/veya turizm otoriteleri tarafından sunulan önceden hazırlanmış paket turların durumu hakkında bilgi verir misiniz?
- 4b-Sinop'ta yamaç paraşütü dışında aracı kuruluşlar ve/veya turizm otoriteleri tarafından sunulan önceden hazırlanmış paket turların durumu hakkında bilgi verir misiniz?
- 5-Sinop yamaç paraşütü öncesinde ya da sonrasında ihtiyaç duyacağınız hangi aktiviteleri (alışveriş, eğlence, plaj, su sporları, çeşitli macera sporu olanakları, at binme, tiyatro, konser vb.) ne ölçüde karşılamaktadır?
- 6- Sinop'ta yamaç paraşütünü destekleyen yardımcı hizmetlerin (güvenlik, sağlık, iletişim vb.) durumu hakkında bilgi verir misiniz?
- 7- Sinop'ta yamaç paraşütü yaparken heyecan, eğlence, adrenalin vb. duygulardan hangisini, özellikle nerede ve nasıl hissettiniz?
- 8- Sinop'ta yamaç paraşütü yaptıktan sonra yeni bilgiler öğrendiniz mi, bu deneyim sizi daha bilgili hale getirdi mi? Nasıl?
- 9- Yamaç paraşütü sırasında gördüğünüz çevre/manzarayı nasıl tanımlarsınız? Bu manzara deneyiminizi güçlendirdi mi?
- 10- Yamaç paraşütü sırasında zamanı unutup farklı dünyalara daldınız mı? Nasıl hissettiniz?



Bu ses kayıtları katılımcıların rıza onaylarına istinaden saklanmaktadır. Görüşmelerin tamamı 2023 yılı Mayıs ayı içerisinde yapılmıştır. Bulguların yorumlanması açısından kolaylık sağlaması sebebiyle katılımcılar K1, K2 şeklinde kodlanmıştır. Görüşme kayıtları ve yanıtlar dikkatlice dinlenerek ve okunarak, katılımcıların verdiği cevaplar belirli kategorilere ve temalara göre kodlanmıştır. Katılımcıların belirttiği ana konular ve önemli noktalar tanımlanmış ve bu bilgiler çalışmada sunulmuştur.

Öncelikle katılımcıların demografik özelliklerine dair bilgiler Tablo 3'te sunulmuştur. Katılımcıların tamamı erkek olup en genç yamaç paraşütü pilotu 24, en tecrübeli pilot ise 54 yaşındadır. Katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında altı katılımcı evli, beş katılımcı ise bekar. Katılımcıların yaşları 35-47 aralığında iken iki kişi 35 yaşındadır. Katılımcıların biri ortaokul mezunu, sekizi lisans ve ikisi yüksek lisans mezunudur.

**Tablo 2.** Görüşmelere İlişkin Bilgiler

Katılımcı Kodu	Tarih	Görüşme Türü
K1	12.05.2023	Yüz yüze
K2	16.05.2023	Yüz yüze
K3	18.05.2023	Çevrim içi
K4	18.05.2023	Çevrim içi
K5	18.05.2023	Çevrim içi
K6	18.05.2023	Çevrim içi
K7	18.05.2023	Çevrim içi
K8	19.05.2023	Çevrim içi
K9	19.05.2023	Çevrim içi
K10	19.05.2023	Çevrim içi
K11	20.05.2023	Çevrim içi

### Geçerlilik ve Güvenilirlik

Araştırmada geçerliği sağlamak için Lincoln ve Guba'nın (1985) önerdiği adımlar izlenmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 279; 282). İç geçerliliği sağlamak için farklı demografik özelliklere sahip katılımcılar araştırmaya dâhil edilmiş ve çoklu gerçekliklere ulaşmaya çalışılmıştır. Dış geçerliliği sağlamak adına araştırmada hem genele hem de özele ait bilgilere ulaşmaya çalışılmıştır. Güvenilirliğin tespitinde ise LeCompe ve Goetz (1982) tarafından önerilen adımlar dikkate alınmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 273-275). İç güvenilirliği sağlamak adına veriler doğrudan alıntılar ile sunulmuştur. Bulgular iki yazar tarafından karşılaştırmalı olarak incelenmiş ve açık, anlaşılır olmayan ya da ilgisiz olan cevaplar dâhil edilmemiştir. Görüşme soruları hazırlanırken literatürde kabul görmüş iki temel kavramsal çerçeve rehber alınmıştır. Dış güvenilirlik açısından tüm katılımcılar, görüşme ortamları, verilerin kaydedilme biçimi açık bir şekilde belirtilmiştir.

### BULGULAR

Görüşmeler sonucunda ortaya çıkan verilerin analizinde hem özele hem de genele dair bilgi sahibi olabilmek amacıyla önce genelden özele inilmiş, ardından özelden genele gidilerek genel çıkarımlar yapılmıştır.

Katılımcıların tamamı farklı sektörlerde çalışmaktadır. Üç katılımcı eğitim sektöründe, üç katılımcı kamuda memur olarak, iki katılımcı özel sektörde, üç katılımcı kendi işletmelerinde çalışmaktadır. Katılımcılar içerisinde diğerlerine oranla en düşük aylık gelire K10 ve K11 kodlu katılımcılar sahipken yedi katılımcının aylık geliri 15.000-20.000 TL aralığındadır. İnşaat sektöründe çalışan K7 ve spor salonu sahibi K8 kodlu katılımcıların ise aylık geliri 40.000 TL ve üzerindedir.

Katılımcıların yamaç paraşütü tecrübeleri ve eğitimlerine ilişkin bilgiler Tablo 4'te sunulmuştur. Tüm katılımcıların daha önce Karadeniz'in farklı illerinde yamaç paraşütü yaptığı saptanmıştır. Katılımcıların hepsi Sinop'ta yamaç paraşütü yapmıştır. Bunun dışında dokuz katılımcı Samsun'da, yedi katılımcı Bolu'da yamaç paraşütü yapmıştır. Bunlara ek olarak Amasya, Düzce, Kastamonu, Ordu, Sakarya, Tokat ve Trabzon daha önce yamaç paraşütü yapılan Karadeniz bölgesi şehirleri arasındadır. Karadeniz bölgesinden sonra pilotlar tarafından tercih edilen ikinci önemli bölge Ege bölgesidir. Beş katılımcı Ege bölgesinde yer alan Muğla ili ilçelerinde, iki katılımcı ise Denizli'de yamaç paraşütü yaptığını ifade etmiştir. Ege bölgesi ardından pilotların tercih ettiği bir diğer bölge Akdeniz bölgesidir. Katılımcı pilotlardan **üçü** (K5, K7, K8) Antalya'da, K5

**Tablo 3.** Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler

Katılımcı Kodu	Cinsiyet	Medeni Durum	Yaş	Eğitim Durumu	Aylık Gelir (TL)	Meslek
K1	Erkek	Evli	54	Yüksek Lisans	19000	Öğretim Görevlisi
K2	Erkek	Evli	52	Lisans	17000	Memur
K3	Erkek	Bekar	35	Lisans	15000	Serbest Meslek
K4	Erkek	Evli	45	Lisans	17000	Astsubay
K5	Erkek	Evli	39	Lisans	15000	Sağlık Memuru
K6	Erkek	Evli	46	Lisans	15000	Öğretmen
K7	Erkek	Evli	41	Ortaokul	40000	İnşaat-Turizm
K8	Erkek	Bekar	24	Lisans		Mühendis
K9	Erkek	Bekar	44	Lisans	40.000-60.000	Spor salonu sahibi
K10	Erkek	Bekar	46	Lisans	9700	Dalgıç
K11	Erkek	Bekar	35	Yüksek lisans	8000	Antrenör

aynı zamanda Kahramanmaraş'ta, K8 ise Adana'da yamaç paraşütü yapmıştır. Pilotlar tarafından yamaç paraşütü yapılan bir diğer bölge İç Anadolu bölgesi olup

Ankara, Aksaray ve Eskişehir illerinde atlayış yapıldığı ifade edilmiştir. Yalnızca K1 kodlu katılımcı Kıbrıs ve Nepal ile ülke sınırları dışında da yamaç paraşütü yapmıştır.

**Tablo 4.** Katılımcılara İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler

Katılımcı Kodu	Yamaç paraşütü yapılan yerler	Yamaç paraşütü yapılan aylar	Yapılış şekli	Yamaç paraşütü eğitimi alınan yer
K1	Aksaray, Amasya, Ankara, Bolu, Denizli, Kıbrıs/Girne, Muğla/Fethiye, Nepal, Sinop	Tüm aylarda	Grup	THK
K2	Ankara, Bolu, Düzce, Muğla/Fethiye, Sakarya, Samsun, Sinop	Tüm aylarda	Grup	THK
K3	Samsun, Sinop	Kış ayları hariç tüm aylar	Grup	Bafra Havacılık
K4	Bolu, Samsun, Sinop, Şırnak	Yaz	Bireysel	THK
K5	Adıyaman, Antalya, Denizli, Erzincan, Kahramanmaraş, Malatya, Muğla, Ordu, Samsun, Sinop, Tokat, Trabzon	Tüm aylarda	Grup ve Bireysel	THK
K6	Bolu, Kastamonu, Samsun, Sinop	Tüm aylarda	Grup ve bireysel	Sinop Sportif Havacılık Kulübü
K7	Antalya/Alanya, Bolu Muğla/Fethiye, Samsun, Sinop	Hava müsaade ettiği sürece	Grup ve bireysel	THK
K8	Adana, Antalya/Alanya, Bolu, Eskişehir/İnönü, Muğla/Ölüdeniz, Sakarya/Serdivan	Kış ayları dışında diğer aylar	Grup	THK
K9	Samsun, Sinop	Yaz-Sonbahar aylarının tamamı	Grup	THK
K10	Bolu, Samsun, Sinop	Yaz ve bahar aylarında	Grup	Samsun Yamaç Paraşütü Kulübü
K11	Samsun, Sinop	Yaz ve bahar aylarında	Grup	Sinop Sportif Havacılık Kulübü

**Tablo 5.** Katılımcı Cevapları Doğrultusunda Oluşturulan Anahtar Kelimeler

Soru No	Anahtar Kelimeler/İfadeler	Katılımcı Kodları	En çok tekrarlanan anahtar kelimeler/ ifadeler	
1	a +	Harika / muhteşem	K1, K2, K3, K6, K9, K10	1a (6)
	b +	Olumlu / gayet uygun	K5, K11	1b (2)
	c +	Doğal güzellikler	K4, K7	1c (2)
	d +	Coğrafi özellikler	K8	1d (3)
2	a +	Tepelere ulaşım rahat	K8	2a (1)
	b +	Ulaşım sorunu yok	K6	2b (1)
	c +	Ulaşılabilirlik açısından kolay	K9	2c (1)
	d -	Özel araçla ulaşım mümkün	K1, K2, K4, K5	2d (4)
	e -	Daha iyi olabilir	K3, K7	2e (2)
	f -	Zor/kısıtlı	K10, K11	2f (2)
3	a +	Kalite ve fiyat uygun, çeşit az	K8	3a (1)
	b +	İmkanlar yeterli	K5	3b (1)
	c -	Pahalı / Yüksek	K1, K2, K3, K4, K6, K9, K11	3c (6)
	d -	İmkanlar yetersiz	K10	3d (1)
4a	a +	Havacılık kulübü var	K1, K2, K3, K9, K10, K11	4a (6)
	b -	Yok	K5, K6	4b (2)
4b	a +	Var	K4	4a (1)
	b -	Yok	K1, K2, K5, K9, K11	4b (4)
	c -	Bilgim yok	K8, K10	4c (2)
5	a +	Su sporları	K1, K2, K3, K4, K6, K8	5a (6)
	b +	Doğa sporları	K5, K6, K8	5b (3)
	c +	Karşılıyor	K7, K9	5c (2)
	d -	Karşılmıyor	K5, K10, K11	5d (3)
6	a +	Tüm Kurumlar	K9	6a (1)
	b +	Sinop Sportif Havacılık Kulübü	K1, K2, K3, K5, K7	6b (5)
	c -	Yok	K4, K6, K8, K10, K11	6c (5)
7	a +	Adrenalin	K1, K2, K3, K6, K8, K9	7a (5)
	b +	Heyecan	K8, K10, K11	7b (3)
	c +	Eğlence	K8, K9	7c (2)
	d +	Korku	K11	7d (1)
	e +	Karlıtepe'de	K3, K4	7e (2)
	f +	Adabaşı'nda	K10	7f (1)
	g +	Gerze Yelkentepe ve Karlıtepe'de	K4	7g (1)
8	A +	Deneyim	K1, K2, K3, K4, K5, K8	8a (6)
	b +	Tecrübeli insanlarla uçuş	K6, K7, K9	8b (3)
	c +	Korkuyu bastırma	K11	8c (1)
	d +	Tecrübenin önemi	K10	8d (1)
	e +	Bilgi paylaşımı	K6, K9	8e (2)
9	a +	Harika	K1, K2, K4	9a (3)
	b +	Mükemmel	K10	9b (1)
	c +	Özgür hissettiren manzara	K9	9c (1)
	d +	Deniz manzarası	K3, K5, K7	9d (3)
	e +	Doğa	K3, K7, K8, K11	9e (4)
10	a +	Daldım	K1, K2, K3, K4, K5, K7	10a (6)
	b +	Farklı	K10	10 b (1)
	c +	Rahatlama	K8	10c (1)
	d +	Özgür	K9	10d (1)
	e -	Dalmadım	K11	10e (1)

Yamaç paraşütü yapılan aylara ilişkin verilen cevaplarda dört katılımcı yıl boyunca yamaç paraşütü yaptığını belirtirken iki katılımcı kış ayları hariç tüm aylarda, üç katılımcı yaz ve bahar aylarında, bir katılımcı yaz ayında, bir katılımcı da hava müsaade ettiği sürece yamaç paraşütü yaptığını belirtmiştir. Yamaç paraşütünü bireysel mi yoksa grup olarak mı yapıyorsunuz sorusuna verilen cevaplara göre yedi katılımcının yamaç paraşütünü grup olarak yaptığı, üç katılımcının hem grup olarak hem de bireysel yaptığı, yalnız bir katılımcının yamaç paraşütünü bireysel olarak yaptığı saptanmıştır. Katılımcıların büyük çoğunluğunun yamaç paraşütü eğitimlerini Türk Hava Kurumu'ndan (THK) aldıkları, dört katılımcının ise eğitimini bölgedeki havacılık kulüplerinden aldıkları belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında katılımcılara literatür temel alınarak oluşturulan 10 standartlaştırılmış açık uçlu soru yöneltilmiştir. Katılımcıların verdiği cevaplar herhangi bir program kullanılmadan, sık tekrarlanan anahtar ifadeler ya da kelimeler doğrultusunda değerlendirilmiştir. Verilen yanıtlar içerisinde olumlu olanlar +, olumsuz olanlar - işareti konarak gösterilmiş ve alfabetik sırayla sıralanmıştır (a, b, c).

Katılımcıların 1. soru olan "Sinop'un coğrafi yapısı, iklimi, doğal alanları, kültürel ve tarihi çekiciliklerini yamaç paraşütü açısından nasıl buluyorsunuz?" hakkındaki düşüncelerine ilişkin dört anahtar ifade ortaya konmuştur. Bu ifadelerden tamamı olumludur. En sık tekrarlanan ifade ise Sinop'un coğrafi yapısı, iklimi, doğal alanları, kültürel ve tarihi çekiciliklerinin yamaç paraşütü açısından harika ve muhteşem bir yer olduğu görüşüdür. Soruya ilişkin K1 "... Sinop yamaç paraşütü potansiyeli açısından son derece uygun, denizden rüzgârın stabil, kesintisiz gelmesi yamaç paraşütü açısından son derece önemli ve değerli, bu sporda önemli olan rüzgârın belirli bir aralıkta kesintisiz gelmesi. Sinop'ta hem yamaç paraşütü yapılıp hem kamp yapabiliriz hem tarihi dokuyu gezip yamaç paraşütü yapabiliriz, hem denize girip 10 dakika mesafede çıkıp uçuşlarımızı gerçekleştirebiliriz, her şekilde doğa, kültürel uyum bakımından Sinop her şeyiyle mükemmel bir yer ..." demiştir. K5 ve K11 soruya olumlu ve gayet uygun derken, K4 ve K7 doğal güzellikler açısından çok güzel bir yer olduğunu, K8 ise coğrafi özellikler açısından Sinop'un sayılı yerler arasına girebileceğini belirtmiştir.

2. soru olan "Yamaç paraşütü yapmak amacıyla Sinop şehrine ulaşımın ya da şehirden yamaç paraşütü yapılan alanlara ulaşımın durumunu nasıl değerlendirirsiniz?" sorusuna verilen yanıtlar doğrultusunda toplam altı anahtar kelime/ifade tespit edilmiştir. Verilen cevaplara istinaden K8 yamaç paraşütü yapılan tepele ulaşımın rahat olduğunu, K6 herhangi bir ulaşım sorununun olmadığını, K9 ulaşılabilirlik açısından kolay

bir yer olduğunu belirtmiştir. Ancak bunlar içerisinde en sık tekrarlanan K1, K2, K4, K5 tarafından dile getirilen yamaç paraşütü yapılacak alanlara özel araçla ulaşımın mümkün olduğudur. K3 ve K7 ulaşım açısından daha iyi olabileceğini ifade ederken K10 ve K11 yamaç paraşütü yapılacak olan alana ulaşımın zor olduğunu ifade etmiştir. Soruya ilişkin K1 "Sinop'a uçak veya otobüs ile çok rahat gelebilir birisi, ada da bulunan Şahin Tepesi'nde yamaç paraşütü yapacaksa son derece rahat yürüyerek bile çıkabilir şehir merkezinden, diğer taraflara ise bir yere kadar özel ulaşım araçlarıyla ya da bir kordine kurularak gitmek zorunda, tek başına gitme şansı yok bir aracı olmazsa..." demiştir. K2 ise soruya ilişkin "Sinop Sportif Havacılık Kulübü ile iletişim kurarlarsa, bizler her zaman onlara yardımcı oluruz, her zaman onları oraya sevk ve idare ederiz" şeklinde belirtmiştir.

3. soru olan "Sinop'taki konaklama, yiyecek içecek imkânlarını (çeşitliliği, kalitesi, fiyatı) yamaç paraşütü öncesi, esnası ve sonrası açısından nasıl değerlendirirsiniz?" sorusuna verilen yanıtlar dört başlık altında toplanmış, K5 imkanların yeterli olduğunu ifade ederken, K8 kalite ve fiyat açısından uygun olduğunu ama çeşidin az olduğunu belirtmiştir. En sık tekrarlanan K1, K2, K3, K4, K6, K9, K11 tarafından dile getirilen sunulan imkanların pahalı veya yüksek olduğudur. K10 ise diğerlerinden ayrılarak doğrudan imkanların yetersiz olduğuna değinmiştir. K7 ve K8 ise bu soruya cevap vermemiştir. Soruya ilişkin K2 görüşlerini "Konaklama imkanları Sinop'ta çok ama fiyatlar zamana göre pahalı olabilir ama yine de neye göre kime göre pahalı olduğu değişkenlik gösterir, Sinop'a gelen yamaç paraşütçüleri kalacak yer aramak yerine her yerde çadır kamp kurabilirler." şeklinde belirtmiştir.

Katılımcılara 4. soruda "Sinop'ta yamaç paraşütüne dair aracı kuruluşlar ve/veya turizm otoriteleri tarafından ve yamaç paraşütü dışında aracı kuruluşlar ve/veya turizm otoriteleri tarafından sunulan önceden hazırlanmış paket turların durumu hakkında bilgi verir misiniz?" şeklinde iki farklı soru yöneltilmiş, ilk soruya verilen cevaplar neticesinde K1, K2, K3, K9, K10, K11 aracı kuruluş olarak Havacılık Kulübü'nün yamaç paraşütü faaliyetleri yürüttüğünü, K5, K6 ise önceden hazırlanmış paket turların olmadığını söylemişlerdir. Bu soruya ilişkin K4, K7, K8'in herhangi bir cevabı yoktur. İkinci soruya verilen cevaplara istinaden K1, K2, K5, K9, K11 yamaç paraşütü dışında aracı kuruluşlar tarafından sunulan paket turların bulunmadığını ifade ederken K4 sadece Havacılık Kulübü'nün olduğunu, K8 ve K10 ise bilgilerinin olmadığını belirtmişlerdir. Bu soruya K3, K6 ve K7 cevap vermemiştir. K2 soruya ilişkin "Sinop'ta yamaç paraşütü gelişme aşamasında, altyapı çalışmalarımız sürüyor, tepe tescillerinden sonra turizm otoriteleri ile gerekli bağlantıları kuracağız, tandem uçuşlarla ilgili de bağlantı kuracağız, altyapılar



hazırlandıktan sonra bir potansiyel kuracağız ve bunu tüm sektörlerle buluşturacağız” şeklinde düşüncesini belirtmiştir.

5. “Sinop yamaç paraşütü öncesinde ya da sonrasında ihtiyaç duyacağımız hangi aktiviteleri (alışveriş, eğlence, plaj, su sporları, çeşitli macera sporu olanakları, at binme, tiyatro, konser vb.) ne ölçüde karşılamaktadır?” sorusuna K1, K2, K3, K4, K6, K8 yaz aylarında su sporları, plaj aktiviteleri mevcut derken; K5, K6, K8 doğal ortamda kamp, doğa yürüyüşü gibi doğa sporları yapma imkânı olduğunu belirtmişlerdir. K7 ve K9 genel anlamda yeterli olanakların olduğunu ve ihtiyacı karşıladığını söylemiştir. K5, K10, K11 ise çok fazla aktivenin olmadığını, ilin beklentilerini karşılamadığı ifade etmiştir. Soruya ilişkin K5 “Yaz mevsimi dışında bir etkinlik yok doğal güzellikler gezilebilir” ifadesini kullanmıştır. Ayrıca K2 “Yüzme, kamp yapma, trekking gibi ihtiyaçları karşılayabilir fakat sinema, tiyatro gibi sosyal imkanlar yok maalesef. Bu aktiviteler bana göre yamaç paraşütü için önemli değil, ben yamaç paraşütü için gittiğimde gözüm orda hiçbir şeyi görmüyor, tamamen ve tamamen uçmak istiyorum diğer sunulan imkanlar benim için çok önemli değildir.” demiştir.

6. soruda “Sinop’ta yamaç paraşütünü destekleyen yardımcı hizmetlerin (güvenlik, sağlık, iletişim vb.) durumu hakkında bilgi verir misiniz?” şeklinde bir soru yöneltilmiş; K1, K2, K3, K5, K7 Sinop Sportif Havacılık Kulübü’nün yardımcı olduğunu, K9 ise ihtiyaç duyulduğunda tüm kurumların yardımcı olduğunu belirtmiştir. K4, K6, K8, K10, K11 ise bu soruda yamaç paraşütünü destekleyen yardımcı hizmetlerin olmadığını söylemiştir. Soruya ilişkin K1 “... gerek Emniyet Birimleri gerek Valilik gerek Özel İdare gerek Belediye, yamaç paraşütü konusunda desteklerini ve iyi niyetlerini bildiriyorlar, bu nedenle tüm kurum ve kuruluşların desteğini alacağımıza inanıyoruz...” derken K2 “Festivallerde doğal olarak güvenlik, sağlık veya diğer birimler katkı sağlayacaktır fakat grup halinde yaptığımız bir yamaç paraşütü organizasyonunda sağlık ve güvenlik birimlerini çağırarak o birimlerin işlerini aksatacağı için biz Sinop Sportif Havacılık Kulübü olarak her türlü önlemi alıyor ve gereken desteği veriyoruz.” demiştir.

7. “Sinop’ta yamaç paraşütü yaparken heyecan, eğlence, adrenalin vb. duygulardan hangisini, özellikle nerede ve nasıl hissettiniz?” sorusuna K1, K2, K3, K6, K8, K9 adrenalin derken, K8, K10, K11 heyecan, K8, K9 eğlence, K11 korku hissettiğini söylemiştir. K3, K4 adrenalinli Karlıtepe’de yamaç paraşütü yaparken, K4 Gerze Yelkentepe ve Karlıtepe’de yamaç paraşütü yaparken, K10 ise Adabaş’ında adrenalin hissettiğini söylemiştir. K8, K9 “Her defasında tepede kanadı açmaya başladığım andan yere inişe kadar adrenalin hissediyorum.” demiştir. K10 Adabaş’ında heyecan hissettiğini, K11 ise

uçuşun her anında korku ve heyecan hissettiğini belirtmiştir. Soruya ilişkin K2 “...Yamaç paraşütü yaparken heyecan, eğlence, adrenalin hepsini hazırlıktan inişe kadar hissediyorum, her zaman. Uçsak da uçamasak da orda hazır beklememiz bile yetiyor bizim için. Belki bunaldığımız belki sıkılıyorz ama her an uçabileceğimizin hissi bize yetiyor. Kalkış anı ayağımız yerden kesildiği anda heyecan başlıyor ve Sinop ayağımızın altındaymış gibi hissediyorsunuz, kuş oluyorsunuz adeta ve kanadınızı açmış süzülüyormuşsunuz gibi hissediyorsunuz...” demiştir.

8. soru olan “Sinop’ta yamaç paraşütü yaptıktan sonra yeni bilgiler öğrendiniz mi, bu deneyim sizi daha bilgili hale getirdi mi? Nasıl?” sorusuna K1, K2, K3, K4, K5, K8 Sinop’ta yamaç paraşütü yapmanın kendilerine deneyim kazandırdığı şeklinde yanıt vermiş, K6, K7, K9 tecrübeli insanlarla uçuş imkânı sağladığını, K6, K9 bilgi paylaşımı sağladığını, K10 tecrübenin önemini anlamayı sağladığını, K11 korkuyu bastırmayı öğrendiğini söylemiştir. Soruya ilişkin K6 “...Samsun’a her gidişimde ve Sinop’ta benden daha tecrübeli insanlarla her defasında uçuşa gittiğimde...Bu sporda egolu insan sayısı çok az herkes bilgisini paylaşıyor...” demiştir. K2 ise “...Tepelerden bakıyorduk, uçaktan inerken bakıyorduk ama tepe artı 200-300 metreden hem bulutu hem Sinop’u hem Gerze’yi bu şekilde görmemiştik ayrıca denizde, sahilde gezerken Sinop’un rüzgarını hissediyorduk ama Sinop rüzgarını biraz yüksekte daha iyi hissettik. Doğasını, ormanını, denizini aradaki renk farklılıklarını yukarıdan daha iyi gördük, Google earth de incelemiş gibi Sinop’u havadan inceleme şansını elde ettim.” demiştir.

9. soruda “Yamaç paraşütü sırasında gördüğünüz çevre/manzarayı nasıl tanımlarsınız? Bu manzara deneyiminizi güçlendirdi mi?” ifadesi yöneltilmiş, K1, K2, K4 manzaranın ya da çevrenin harika olduğunu, K10 mükemmel olduğunu, K9 özgür hissettirdiğini söylerken K3, K5, K7 deniz manzarasına K3, K7, K8, K11 ise doğa manzarasına vurgu yapmıştır. K6 ise bu soruya cevap vermemiştir. Soruya ilişkin K1 “...Yeşil ve maviyi bu kadar ahenk içinde daha önce görmemiştim. Sorgundan kalkıp 200 metro yapınca, Erfelek tarafına doğru da görme şansım oldu ve ormanın denizle bütünleşmiş halini görüyorsunuz direkt olarak inanılmaz keyif ve manzara...”, K8 “...Ölüdeniz ve Alanya’dan sonra bence Türkiye’nin en güzel manzarası Sinop’ta bulunmakta...” şeklinde düşüncelerini ifade etmiştir. K9 ise gördüğü manzarayı “...Özgür hissettiren tamamen sana aitmiş gibi bir manzara...” olarak tanımlamıştır.

10. soruda “Yamaç paraşütü sırasında zamanı unutup farklı dünyalara daldınız mı? Nasıl hissettiniz?” sorusu yöneltilmiş K1, K2, K3, K4, K5, K7 farklı dünyalara daldım derken, K8 psikolojik olarak rahatlama yarattığını, K10 ise yaşanan duygunun çok farklı oldu-



ğunu belirtmiştir. K9 yamaç paraşütü sırasında zamanı unutup yalnızca uçuşa odaklandığından, kendisini uçuş esnasında çok özgür hissettiğinden bahsetmiştir. K11 ise farklı dünyalara daldığını çünkü korktuğunu bu yüzden yalnızca uçuşa odaklandığını belirtmiştir. Zamanı unutmama anını K2 “Uçuş esnasında zamandan bağımsızlaşıyorsunuz, zaman kavramını unutuyorsunuz, uçuştan önce oğlum bende uçacağımı baba unutmam dedi, son anda fark ettim, birkaç kez telsizle anons etmiş olmasına rağmen erken inmeyi unuttum, aşağıda beni beklemiş çünkü ben inince aynı kanatlarla uçacaktı.” şeklinde ifade etmiştir. K8 ise “Yamaç paraşütü sporunun havalandıktan itibaren hiçbir dikkatsizliği tolere etmediği için gündelik yaşantıdaki sorunları ve düşünceleri bir kenara bırakıp kendi kendinize kalmanızda yardımcı olmasının psikolojik olarak rahatlama yarattığı düşüncesindeyim. Bu rahatlama sayesinde de yaşanan heyecan, zevk, adrenalin en üst düzeyde yaşanmaktadır.” şeklinde düşüncesini ifade etmiştir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Yamaç paraşütü sporu gittikçe ilgi çeken bir spor olmakla birlikte sporun yerel topluluktaki konumuna, yamaç paraşütçülerine sağlanan imkanlara ve bölgenin güvenlik bileşenlerine bağlı olarak turizm gelişimi için bir fırsat olarak görülmektedir (Mekinc ve Mušič, 2016). Sinop sahip olduğu imkanlar dahilinde yamaç paraşütü açısından gelişime açık bir destinasyon potansiyeline sahiptir. Bu nedenle bu çalışmada Sinop’un yamaç paraşütü potansiyeli destinasyon özellikleri ve katılımcıların deneyimleri açısından değerlendirilmeye çalışılmıştır. Çalışmaya 24-54 yaş aralığında farklı meslek gruplarından 11 erkek pilot katılmıştır. Katılımcıların öncelikli olarak Karadeniz, ardından Ege, Akdeniz ve İç Anadolu bölgelerinde yamaç paraşütü faaliyetine katıldığı, bu faaliyeti sıklıkla tüm aylarda grup olarak gerçekleştirdikleri tespit edilmiştir. Tüm katılımcılar eğitimlerini Türk Hava Kurumu veya buna bağlı havacılık kuruluşlarından aldığını ifade etmiştir.

Görüşmeye katılan pilotlar tarafından Sinop ilinin coğrafi yapısı, iklimi, doğal alanları, kültürel ve tarihi özellikleri açısından çekici bir destinasyon niteliğine sahip olduğu söylenebilir. Başka şehirlerden Sinop’a ve şehir içerisinde yamaç paraşütü yapılan alanlara ulaşılabilirlik konusunda katılımcılardan gelen yanıtlar, ulaşımın genellikle özel araçlarla mümkün olduğunu göstermektedir. Sinop’un Karadeniz Bölgesi’nin en uzak ucunda yer alması sebebiyle nispeten dezavantajlı sayılabilecek coğrafi konumu ve nüfusunun azlığı, genel anlamda diğer şehirlerden Sinop’a ulaşımı zorlaştırabilmektedir. Havayolu ile şehre ulaşım yaz ve kış aylarında sadece bir havayolu ile İstanbul’dan günde bir kez olarak gerçekleşmekte (Türk Hava Yolları, 2023), karayolu ile ulaşım belirli kentlerden kalkan otobüs-

ler ile sağlanmakta (obilet.com, 2023), denizyolu ve tren ile şehre ulaşım mümkün olmamaktadır. Şehir içerisinde yamaç paraşütü yapılacak alanlara ulaşım konusunda ise katılımcılar Sinop Sportif Havacılık Kulübü’nün araç temini ve diğer konularda yardımcı olacağını belirtse de şehre daha kolay ulaşabilmek adına bu durum turistlerin ya da pilotların özel araçlarla seyahat etmesi yönünde psikolojik bir baskı yaratacağı açıktır. Bu sebeple özellikle şehir içinde gelen ziyaretçilere yardımcı olursa da şehre düzenlenen hava ve karayolu seferlerinin artırılması destinasyonu daha ziyaret edilebilir hale getirecektir.

Sinop’taki konaklama, yeme-içme imkanları, kalitesi ve çeşitliliği, seyahat araçlarının sunduğu hizmetler konusunda katılımcıların görüşleri genel anlamda olumsuz bulunmuştur. Katılımcıların çoğu fiyatları yüksek bulmaktadır. Sinop’un sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel güzellikler turizm otoriteleri tarafından planlı bir şekilde yönetilmemektedir. Yaz aylarında gelen turist yoğunluğunu şehir taşıyamamakta, sınırlı sayıda konaklama tesisinde yer bulamayan turistler pansiyon veya günübirlik kiralanan evlere yönelmektedir. Özellikle yaz aylarında işletmeler gelen turist yoğunluğundan dolayı fiyatları yükseltmekte bu da şehir imajını olumsuz etkilemektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun da belirttiği üzere Sinop pahalı bir şehir olarak bilinmekte, sunulan imkanların çeşitliliğinin az olduğu düşünülmektedir. Kamu eliyle ya da özel girişimler vasıtasıyla imkanların artırılması hem çeşitliliği sağlayacak hem de rekabet ortamını harekete geçirecektir. Daha fazla imkana sahip olan turist farklı bir tesisi tercih edebileceği için işletmeler daha kaliteli hizmet sunmaya çalışacak ve rekabette ayakta kalabilmek adına daha düzgün bir fiyatlandırma politikası benimseyecektir. Bu durum uzun vadede şehrin imajının olumlu açıdan tazelenmesini sağlayacağı düşünülmektedir.

Planlanmış paket turlar bakımından Sinop’un önemli eksiklikleri bulunmaktadır. Sinop’ta altı tane A grubu seyahat acentesi bulunmakta, bunlardan sadece dördü merkezde faaliyet göstermektedir (Kültür Bakanlığı, 2023). Şehir dışından tur şirketleri ile gelen turistler, belirlenen güzergahlarda belirli bir program dahilinde gezme şansı bulmaktadır. Ancak dışarıdan bireysel imkanlarla şehre gelip bu şehri tanımak isteyenler için günübirlik herhangi bir paket tur düzenlenmediği tespit edilmiştir. Hatta 2022 yaz sezonunda Sinop Limanı’na 15 sefer düzenleyen ve yaklaşık 13 bin turist taşıyan kruvaziyer gemisi ziyaretçileri için günübirlik turlar organize edilmesi konusunda yetersizlikler ortaya çıkmıştır. Gemi ile gelen turist kabileleri paket tur bulunmadığı için bireysel olarak şehri keşfetme yoluna gitmiştir. Bu durumun yüzlerce turist için yalnızca yakın alanlarda ve belirli bölgelerde yığılmasına sebep olduğu, ayrıca turistlerden elde edilen gelirin de şehrin

geneline yayılmasına engel olduğu söylenebilir. Katılımcıların da belirttiği üzere Sinop'ta yamaç paraşütüne dair ya da yamaç paraşütü dışında aracı kuruluşlar ve/veya turizm otoriteleri tarafından sunulan önceden hazırlanmış paket turlar bulunmamaktadır. Ancak K2 bu konuda Sinop Sportif Havacılık Kulübü'nün girişimlerde bulunduğunu, turizm otoritelerini harekete geçirmeye çalıştığını ifade etmiştir. Sinop gibi nispeten daha küçük şehirlerde bu tarz adımlar için özellikle dernekler tarafından birtakım girişimlerde bulunmakta ve özel veya kamu sektörünün konuya ilgisi çekilmeye çalışılmaktadır. Çünkü ciddi bir kar getirisi beklenmeyen bu gibi girişimlerin hem ziyaretçilerin turistik deneyimlerine hem de şehrin imajına olumlu katkı sunacağı açıktır.

Sinop'a yamaç paraşütü için gelen ziyaretçilerin yamaç paraşütü etkinliği öncesi ve/veya sonrasında ihtiyaç duyabileceği çeşitli aktiviteler bulunmaktadır. Katılımcıların çoğu turizm sezonunun en yoğun olduğu yaz aylarında su sporları ve plaj aktivitelerinin yapılabildiğini belirtmiştir. Ayrıca doğa yürüyüşleri ve kampçılık faaliyetlerinin yine bölgeye gelen ziyaretçiler tarafından bu dönemde yapılan aktiviteler olduğu saptanmıştır. Ancak bazı katılımcılar yaz mevsimi dışında çok fazla etkinliğin olmadığını, yalnızca şehrin doğal güzelliklerinin gezilebileceğini belirtmiştir. Özellikle yaz aylarında yerli turistler tarafından sıklıkla tercih edilen ilde ziyaretçilerin gerçekleştirebileceği birçok etkinlik bulunsu da ilin sürdürülebilir bir gelişim yakalayabilmesi için bunun tüm yıla yayılması gerekmektedir. Organize edilmiş doğa yürüyüşleri ya da kampçılık faaliyetlerinin yıl boyu yapılabilecek etkinlikler olduğu göz önüne alınarak Sinop'un eşsiz doğası bu gibi aktiviteler ile desteklenebilir. Ancak bu aktivitelerin beklenen ilgiyi görebilmesi için doğru bir şekilde planlanması ve organize edilmesi, etkin bir pazarlama politikası yürütülerek özellikle farkındalığın artırılması oldukça önemlidir. Bununla birlikte pilotlardan biri ildeki sinema, tiyatro benzeri sosyal imkanların da kısıtlı olduğunu belirtmiştir. Bilindiği gibi İstanbul, Ankara gibi büyükşehirler tarihi ve kültürel güzellikleri ile sıklıkla sunduğu tiyatro, konser, dinleti gibi etkinlikler sebebiyle ziyaretçi çekmektedir. Bu tarz faaliyetlerin Sinop ilinde yaygınlık kazanması, stratejik açıdan bakıldığında uzun vadede hem ilin turistik açıdan gelişimine hem de yerel halkın refahına katkı sağlayacaktır.

Yamaç paraşütü etkinliğinde pilotlar için buldukları şehrin doğal güzellikleri ne kadar önemli olsa da herhangi bir yaralanma, kaybolma vb. durumunda ihtiyaç duyacağı güvenlik, sağlık, iletişim gibi yardımcı hizmetlerin varlığı hayati önem taşımaktadır. Bu önlemler sayesinde birçok destinasyon sporcular ya da turistler tarafından güvenli addedilerek dünya çapında bir üne kavuşmuştur. Yamaç paraşütü sporu doğası ge-

reği sıra dışı ve tehlikeli bir spor olduğu için pilotlar her ne kadar bu durumun farkında olarak hareket etse de destinasyonların özellikle rakipleri ile baş edebilmesi için bu destekleyici hizmetleri sunması oldukça önemlidir. Katılımcılardan beşi bu tarz yardımcı hizmetlerin Sinop'ta bulunmadığını söylerken altısı bulunduğunu ifade etmiştir. Bir katılımcı tüm kurumların yardımcı olduğunu ifade etmiş, beş katılımcı ise Sinop Sportif Havacılık Kulübü ile iletişimi kurulduğu takdirde her türlü yardımın sağlanacağını belirtmiştir. Bu durum eğer kişiler doğrudan kurumlarla ya da kulüp ile iletişim kurarlarsa bu hizmetlere erişebileceklerini göstermektedir. Bunun faaliyetlerin organize bir şekilde yürütülmemesinden kaynaklandığı ifade edilebilir. Eğer organize olunmuş etkinlikler düzenlenirse her sporcunun ya da turistlerin aynı destekleyici hizmetlere ulaşabileceği ve hizmetin standartlaşabileceği söylenebilir.

Buhalis (2000) bir destinasyonun turizm destinasyonuna dönüşebilmesi için altı özelliğe (6A) sahip olması gerektiğinden bahsetmiştir. Araştırmada katılımcılara Sinop'un yamaç paraşütü açısından bu özelliklerin hangisine ya da hangilerine sahip olduğunu ifade etmeleri istenmiştir. Genel olarak değerlendirilecek olursa, katılımcıların Sinop'u özellikle doğal manzara güzellikleri sebebiyle çekici bulunduğu ancak hem şehre ulaşımın hem de yamaç paraşütü etkinliğinin gerçekleştiği alanlara ulaşımın kısıtlı veya zor olduğunu düşündüğü saptanmıştır. Sinop ili özellikle konaklama ve yiyecek içecek tesislerinin kalitesi, çeşitliliği ve planlı turların varlığı açısından da yetersiz bulunmuştur. Ancak ilin var olan etkinlikler açısından güçlü bulunduğu söylenebilir. Bununla birlikte destekleyici hizmetler varlığı ya da ulaşılabilirliği açısından katılımcıların ikiye bölündüğü görülmüştür. Özetle yamaç paraşütü turizmi açısından Sinop destinasyonunun çekicilikler, etkinlikler ve destekleyici hizmetlerde yeterli olduğu ancak ulaşılabilirlik, tesisler, planlı turlar açısından yetersiz bulunduğu saptanmıştır. Sinop ili turizm destinasyonu özelliklerinden üçünü karşılarken üçünde yetersiz bulunmuştur. Bu sebeple destinasyonun yamaç paraşütü turizminde ilerleyebilmesi için özellikle yetersiz görüldüğü alanlarda kendini geliştirmesi gerektiği ifade edilebilir.

Sinop'ta yamaç paraşütü yapan pilotların yaşadığı turizm deneyimlerinin durumunu anlayabilmek amacıyla Pine ve Gilmore'nin (1998) 4A'sı (eğlence, eğitim, estetik ve kaçış deneyimleri) temel alınmıştır. Pilotların eğlence deneyimlerini kavrayabilmek amacıyla sorulan yedinci soru neticesinde, Sinop'ta yamaç paraşütü yaparken katılımcıların çoğunun eğlence deneyimini adrenalini ve heyecan duygusu ile özellikle Adabaşı, Gerze Yelkentepe ve Karlıtepe'de hissettiği belirlenmiştir. Bazı katılımcılar adrenalini uçmaya başladığı andan yere iniş yapana kadar hissettiğini söylerken bir katılımcı

koru hissettiğini ifade etmiştir. Eğitim deneyimini ölçebilmek amacıyla sorulan soru sonucunda katılımcıların Sinop'ta yamaç paraşütü yaparak tecrübeli pilotlarla bilgi alışverişinde bulunma şansı yakaladıkları yani eğitsel deneyimler yaşadıkları anlaşılmıştır. İki katılımcı bilgi paylaşımının önemini vurgularken, bir katılımcı bu soruda tecrübenin önemini daha iyi anladığını, bir katılımcı ise korkuyu bastırmayı öğrendiğini belirtmiştir.

Sinop'ta yamaç paraşütü yaparken görülen manzarayı katılımcılar harika, mükemmel olarak yorumlarken bazı katılımcılar deniz manzarası ve doğadan bahsetmiş bir katılımcı ise Sinop'un sahip olduğu doğa, deniz, orman manzarasının kendisine ait bir manzaraymış gibi özgür hissettirdiğini söylemiştir. Bu durum katılımcıların yamaç paraşütü esnasında oldukça kuvvetli bir estetik deneyim yaşadığını göstermektedir. Son olarak katılımcılara yamaç paraşütü sırasında zamanı unutup farklı dünyalara daldınız mı sorusu yöneltilerek kaçış deneyimlerini tespit etmek amaçlanmıştır. Katılımcıların büyük çoğunluğu farklı dünyalara daldığını ve zaman kavramını unuttuğunu, bitmesini istemedikleri bir duygu içerisinde girdiklerini söylemiş, bir katılımcı ise korkuyu daha baskın hissettiği için farklı dünyalara dalamadığını ifade etmiştir. Pine ve Gilmore'nin (1998) öne sürdüğü kaçış deneyimi aslında 1970'lerde Csikszentmihalyi tarafından akış deneyimi olarak betimlenmiştir. Ayazlar (2015a) yaptığı çalışmada, yamaç paraşütçülerinin akış deneyimini yaşamada zorluk-beceri dengesi, konsantrasyon ve heyecan arama davranışlarının etkili olduğunu, Ayazlar ve Yüksel (2018) çalışmasında ise bu unsurların akış deneyiminin güçlü öncülleri olduğunu saptamıştır.

Sinop ilinde yapılan yamaç paraşütü etkinliklerinde katılımcıların tüm deneyim alanlarını kapsayan zengin ya da unutulmaz bir deneyim yaşadıkları ifade edilebilir. Her ne kadar destinasyon ulaşılabilirlik, tesisler, planlı turlar açısından yetersiz bulunsa da katılımcıların deneyimlerinin bu denli zengin olması önemli bir avantajdır. Çünkü günümüz dünyasında insanlar yaptıkları faaliyetten ziyade o faaliyet sırasında hissettikleri, yaşadıkları deneyime odaklanmakta ve bunu somut bir ürün ya da hizmet satın almaktan çok daha değerli bulmaktadır. Satın alınan bir ürün zamanla eskise ya da yok olsa da unutulmaz anların yaşandığı hatıraların ömür boyu akılda kalacağı düşünülmektedir. Bu sebeple deneyimsel açıdan bu kadar zengin bir potansiyele sahip yamaç paraşütü turizminin şehir için önemli bir rekabet gücü yaratacağı ve bu rekabetin sürdürülebilir bir yapıya kavuşabilmesi için destinasyonun bahsi geçen ulaşılabilirlik, tesisler ve planlı turlar açısından geliştirilmesi elzemdir. Özellikle düzenlenecek planlı yamaç paraşütü etkinlikleri veya turları sayesinde ulaşım sorunu nispeten aşılabılır ve tesis imkanları tur or-

ganizatörleri veya seyahat acentaları tarafından ayarlanarak Sinop turistlerin daha fazla memnun olduğu bir destinasyon haline getirilebilir.

Bu çalışmada hem zaman hem de mekân boyutları açısından sınırlılıklar bulunmaktadır. Çalışma, belirli bir zaman dilimine odaklanarak 2023 Mayıs ayında gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın etki amacı da göz önünde bulundurularak, ilgili literatüre katkı sağlama hedefi ile sınırlamalar getirilmiştir. Bununla birlikte, katılımcılar Sinop Havacılık Kulübü üyeleri arasından 11 yamaç paraşütü pilotu ile sınırlanmıştır. Bu seçim, araştırmanın derinlemesine ve odaklı bir perspektife sahip olmasını sağlamak amacıyla yapılmıştır.

Literatürde yamaç paraşütü turizmi veya deneyimine yönelik çalışmalar oldukça kısıtlıdır. Bu araştırmanın macera turizmi incelemelerine ve yamaç paraşütü çalışmalarına katkı sunabileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte araştırmada nispeten az sayıda katılımcıya ulaşılabilmektedir. Bu durum destinasyonda düzenli bir şekilde yamaç paraşütü faaliyetleri düzenlenmesi ile de ilişkilidir. Ancak ilerleyen dönemde turist sayısının artması halinde nicel araştırma yöntemleri benimsenerek daha genelleştirici araştırmalar gerçekleştirilebilir. Bununla birlikte özellikle destinasyonun geliştirilmesi gereken özelliklerine dair sektör paydaşları ile derinlemesine görüşmeler düzenlenerek araştırma zenginleştirilebilir.



**KAYNAKÇA**

Akkuş, G. (2019). Destinasyon bileşenleri ile duygusal deneyimler arasındaki ilişki ve değişkenlerin davranışsal niyet üzerindeki etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (71), 1261-1277.

Akkuş, G. ve Akkuş, Ç. (2016). Erzurum ili potansiyel turistik arz kaynaklarının incelenmesi. *İğdır Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 99-119.

Akkuş, G. (2017). Kış turizmi destinasyonunda yaşanan unutulmaz turizm deneyimleri: Kültürlerarası karşılaştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3), 223-236.

Akkuş, G., & Güçtemur, S. (2021). Yalnızçam Uğurludağ kış sporları turizm merkezinin potansiyeli ve bölge ekonomisine etkisine yönelik paydaş görüşlerinin değerlendirilmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (30), 309-330.

Arpacı, Ö., Zengin, B., & Batman, O. (2012). Karaman'ın mağara turizmi potansiyeli ve turizm açısından kullanılabilirliği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 59-64

Arslan Ayazlar, R. (2015a) Akış deneyiminin yamaç paraşütü deneyim doyumunu ve yaşam doyumuna etkileri. Doktora Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Arslan Ayazlar, R. (2015b). Flow phenomenon as a tourist experience in paragliding: A qualitative research. *Procedia Economics and Finance*, 26, 792-799.

Arslan Ayazlar, R. & Yüksel, A. (2018). Flow experience in paragliding: Effects on experience and life satisfaction. *Tourism Analysis*, 23(4), 461-473.

Baldemir, E., & Kurnaz, H. A. (2013). İlçelerin turizm potansiyellerinin analitik hiyerarşi yöntemi ile sıralanması: Muğla örneği. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (30), 51-67.

Buhalis, Dimitrios (2000). Marketing the competitive destination of the future, *Tourism Management*, S. 21, s. 97-116.

Butler, R.W. (2001). *Tartan Mythology: The traditional tourist image of scotland*, içinde G. Ringer (Editör), *Destinations: cultural landscapes of tourism* (ss. 121-139). London: Routledge.

Chae, S., Shin, J., Shin, Y., Hwang, S., Park, J., Song, G., & Kim, J. (2022). Aerodynamic effects of canopy inflation in paragliding. *Journal of Mechanical Science and Technology*. <https://doi.org/10.1007/s12206-022-0320-6>.

Çakıcı, A.C, Aksu M. (2007). Çekim yeri seçiminde grup etkisi: Yerli turistler üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(2) 183 - 194.

Dağdeviren, A., Saral, C., Çoşkun, N. ve Yılmaz, Z. (2020). Bayramören ilçesinde yamaç paraşütü turizmi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 881- 89

Elmas, B., Akkuş, Ç. ve Akkuş, G. (2013). Erzurum ili temel ve destekleyici turistik ürün çeşitlerinin değerlendirilmesi. *Lefke Avrupa Üniversitesi (LAÜ) Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 84-108.

Eren, D., Yılmaz, İ., & Atasoy, F. (2017). Turizmde destinasyon seçimini etkileyen çekici faktörler: Yozgat üzerine bir değerlendirme. II. Uluslararası Bozok Sempozyumu, Yozgat. <http://acikerisim.nevsehir.edu.tr/xmlui/handle/20.500.11787/3466>

Etymonline, Online etymology dictionary (2022) <https://www.etymonline.com/>. Erişim tarihi: 08.12.2022

Feltracco, P., Barbieri, S., Galligioni, H., Pasin, L., MariaGaudio, R., Tommasi, A., MariaAvato, F. (2012). A fatal case of anaphylactic shock during paragliding. *Journal of Forensic Sciences*. <https://doi.org/10.1111/j.1556-4029.2012.02187.x>

Gauler, R., Moulin, P., G.Koch, H., Wick, L., Sauter, B., Michel, D., Knecht, H. (2006). Paragliding accidents with spinal cord injury: 10 Years Experience at a Single Institution. *Spine*. <https://doi.org/10.1097/01.brs.0000216502.39386.70>

Ghosh, T., Mandal, S. (2019). Medical tourism experience: Conceptualization scale development, and validation, *Journal of Travel Research*, 58(8), 1288-1301.

Gössling, S. (2002). Global environmental consequences of tourism. *Global Environmental Change*, 12(4), 283-302.

Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2013). *Tourism and water: Interactions and impacts*. Channel View Publications.

Gupta, S., Vajic, M. (1999). The contextual and dialectical nature of experiences, in Fitzsimmons, J. and Fitzsimmons, M. (Eds.): *New Service Development*, pp.33-51, Sage, Thousand Oaks, CA.

Gülhan, G., Torlak, S. E., & Atay Ç. (2012). Doğal ve kültürel değerlere sahip alanlarda turizm potansiyellerinin değerlendirilmesi: Selçuk örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(2), 135-143.

Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. John Wiley & Sons.

Ivanov, M. (2019). Essence, peculiarities and trends in the development of extreme tourism in Bulgaria. *Knowledge-International Journal*, 30(6), 1779-1784.

Karademir, Y., & Güven, Ö. (2016). Türkiye'de yamaç paraşütçülerinin problemleri. *International Journal of Social Science*, 48, 433-457.

- Kruger-Franke, M., HSiebert, C., & Pforringer, W. (1991). Paragliding injuries. *British Journal of Sports Medicine*. <https://doi.org/10.1136/bjism.25.2.98> Kültür Bakanlığı, 2023
- <https://yatirimisletmeleruygulama.kultur.gov.tr/Acente.Web.Sorgu/Sorgu/acentesorgu> LeCompte, M. D., & Goetz, J. P. (1982). Problems of reliability and validity in ethnographic research. *Review of educational research*, 52(1), 31-60.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications.
- Mekinc, J., Mušič, K. (2016). Elements of safety in paragliding. *Annales Kinesiologiae*, 7(1), 67-80.
- Nikolovska, B., & Nikolovski, Z. (2021). Alternative forms of tourism in order to increase the tourist offer and attractiveness—the case of the Republic of North Macedonia. *Knowledge-International Journal*, 46(1), 215-22
- Obilet, <https://www.obilet.com/otobus-bileti/sinop>. Erişim tarihi: 13.01.2023
- Oh, H., Fiore, A. M., & Jeoung, M. (2007). Measuring experience economy concepts: Tourism applications. *Journal of Travel Research*, 46(2), 119-132.
- Ocak, G. (2019) *Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Pegem Akademi Yayınları.
- Page, S. J., & Connell, J. (2006). *Tourism: A Modern Synthesis*. Cengage Learning EMEA. Hampshire, United Kingdom.
- Pavić, L., Rančić, M., & Mijatov, M. (2013). Potential for paragliding tourism development in Niška Banja (South Serbia). *Turizam*, 17(3), 110-120.
- Patton, M. Q. (2005). *Qualitative research*. New York: John Wiley & Sons, Ltd.
- Pine, B. J., Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*, 76: 97-105.
- Pine, B. J., Gilmore, J. H. (1999). *The Experience economy: Work is theatre & every business a stage*, Harvard Business Press, Boston, MA
- Saçlı, Ç., Kahraman, C. Ö. (2019). Açık alan rekreasyonu olarak yamaç paraşütü etkinliğine katılanların motivasyonları ve etkinlik memnuniyetlerinin belirlenmesi: Arsuzfest örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(4), 1249-1269.
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1), 53-67. Sinop Valiliği, 2022. Yıllara göre ziyaretçi sayıları. İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından hazırlanan ppt kaynağından alınmıştır
- Stamboulis, Y., Skayannis, P. (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management*, 24(1), 35-43
- Stasek, P., & Karban, P. (2021). Kinematics of the movement of the pilot of a paraglider simulator. 2021 22nd International Conference on Computational Problems of Electrical Engineering (CPEE)
- Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S., & Pomfret, G. (2003). *Adventure tourism: The New Frontier*. Butterworth-Heinemann.
- Türk Dil Kurumu, TDK (2022) <https://www.tdk.gov.tr/Erişim>: 19.12.2022
- Terra, M., F.P.M.Vloemans, A., & Breederved, R. S. (2013). Frostbite injury: A paragliding accident at 5500 Meters. *Acta Chirurgica Belgica*. <https://doi.org/10.1080/00015458.2013.11680900>
- Tovar, C., & Lockwood, M. (2008). Social impacts of tourism: An Australian regional case study. *International journal of tourism research*, 10(4), 365-378.
- Tuban, B. (2019). Bir alternatif turizm türü olarak yamaç paraşütü: Uçmaktare üzerine bir Çalışma. *Doktora Tezi*. Namık Kemal Üniversitesi.
- Tüfekci, Ö.K.,(2014). Spor organizasyonlarında destinasyon pazarlaması ile memnuniyet arasındaki ilişkinin incelenmesi: Anadolu kupası yüzme müsabakalarında bir araştırma. *Süleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 19(1).
- Türk Hava Yolları, <https://www.turkishairlines.com/tr-int/ucak-bileti/sinop-ucak-bileti/>. Erişim:13.01.2023
- <https://turkeyoutdoor.org/2021/01/30/macera-turizmi-ne-demektir/> erişim .18/10/2022
- Varol, F., Aksu, H. S., & Demirel, M. (2022). Evaluation of outdoor recreation potential of destinations in terms of paragliding: The case of Konya. *Tourism and Recreation*, 4(1), 13-23.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Genişletilmiş 10. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Wilkes, M., Charles, R., Long, G., Massey, H., Eglin, C., & Tipton, M. (2021). Ergonomics of paragliding reserve parachute deployment in linear acceleration. *Applied Ergonomics*. <https://doi.org/10.1016/j.apergo.2020.103229>
- Zeller, T., Billing, A., & Lob, G. (1992). Injuries in paragliding. *International Orthopaedics*. <https://doi.org/10.1007/bf00182706>
- Zolfani, S. H., Sedaghat, M., Maknoon, R., & Zavadskas, E. K. (2015). Sustainable tourism: a comprehensive literature review on frameworks and applications. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 28(1), 1-30.



**Destek Bilgisi:** Bu çalışmanın hazırlanması sürecinde herhangi bir bireyden ya da kurumdan aynı ya da nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazarlar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm Akademik Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

**Etik Kurul Onayı:** Bu çalışma için Sinop Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından 10.04.2023 tarihli E-57428665-050.01.04-172311 sayılı karar ile “Etik Kurul Onayı” alınmıştır.

**Bilgilendirilmiş Onam Formu:** Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** 1. Yazar = %50,  
2. Yazar = %50

## EXTENSIVE SUMMARY

### Evaluation of Sinop Province Paragliding Potential in terms of Destination Characteristics and Tourism Experiences

Ramazan GÜZEL\*, Gülizar CENGİZ

#### Introduction

Nowadays, the tourism sector is growing rapidly worldwide and the vast majority of people, especially in the summer months, choose traditional holiday options such as sea tourism. Mass travelling, which increases with the participation of most people in sea tourism in the summer months outside of active working time, brings many negative impacts. These effects include environmental pollution, price increases, job insecurity, disruption of daily life, loss of cultural authenticity and damage to historical sites (Tovar and Lockwood, 2008). In addition, increased demand for goods and services can lead to overexploitation of natural resources and pollution of marine ecosystems, and the increasing population with mass tourism can cause traffic and infrastructure problems (Page, S. J., & Connell, J. 2006; Gössling, 2002; Gössling, Scott, & Hall, 2013). In order to reduce these destructive effects and to ensure the sustainability of tourism activities or the continuity of the income that countries obtain from tourism, alternative tourism types based on the philosophy of being environmentally sensitive and not harming nature are emerging. The concept of alternative tourism includes various types of tourism that prioritize environmental sustainability and minimise negative impacts on local communities and natural resources. These alternative tourism types include ecotourism, agrotourism, cultural tourism, adventure tourism and community-based tourism (Zolfani et al., 2015). These types are increasing day by day with the change in today's tourist typology, expectations and demands. Instead of participating in similar activities in destinations that have become similar to each other, tourists are now looking for different recreational activities even if they are similar destinations, or they want to have unforgettable moments by adding experiences to tourism activities. For this reason, destinations focus on developing new alternative tourism types and try to ensure that tourists visit the destination again by adding some experiential activities to these types.

Mountainous areas offer a range of alternative tourism activities like mountaineering, trekking, camping, plant observation, and paragliding for tourists seeking

to explore natural beauty and geographical features. These regions can play a crucial role in reducing the negative impacts of tourism and promoting sustainability due to their natural attractions. Paragliding, a form of adventure tourism, provides a unique and thrilling experience. Changes in modern value orientations, particularly among the younger generation, have led to an increasing interest in extreme sports like paragliding. Sinop, with its geographical characteristics and natural beauty, has the potential to become a destination for paragliding. This research aims to assess Sinop's suitability for paragliding tourism, examine the profiles and experiences of paragliders in the region, and evaluate the existing infrastructure and services to meet tourist expectations. This study aims to fill gaps in previous research by providing a more comprehensive evaluation of Sinop's potential for extreme sports and paragliding as a sustainable tourism option.

#### METHOD

There is a need to develop alternative tourism types in order to make Sinop, which is usually visited by many people in the summer months with its sea, historical sites and natural parks, a touristic attraction center at all times of the year. It is thought that paragliding, which is one of the important adventure tourism types, can be an important alternative tourism type for Sinop. Because it is known that paragliding activities are carried out individually in certain regions in Sinop.

The research geographically covers the province of Sinop; this province constitutes the focus area of the research. The study focuses on the paragliding potential of the province and paragliding experiences. Within this scope, individuals engaged in paragliding constitute the main population of the study, while the sample is a representation of this population.

The population of the study consists of pilots who have paraglided in Sinop province before. Since it was not possible to reach the entire population in terms of time and cost, sampling was used. Snowball sampling technique, which is used in cases where it is difficult to access the units that make up the universe or where information about the universe (size and depth of information, etc.) is incomplete, was used (Patton, 2005).

In this framework, firstly, the president of the Sinop Aviation Club was contacted, and the club president shared the information of other members who had previously paraglided in Sinop with the researchers. Thanks to this guidance, 11 people who had previously experienced paragliding in Sinop were reached. These 11 paragliders constituted the sample of the study and represented the focus of the study.

\* Corresponding author at: Sinop University, School of Foreign Languages, Sinop, Türkiye,  
E-Mail Address: rguzel@sinop.edu.tr

In the study, in-depth interview technique, one of the qualitative research methods, was used. A standardized open-ended interview technique (January, 2019) was adopted. In order to evaluate the destination characteristics, six questions were prepared in accordance with Buhalis' (2000) 6A system of general characteristics of touristic destinations, and four questions were prepared in accordance with Pine and Gilmore's (1998) 4E experience model to determine the tourism experiences of the pilots.

The steps suggested by Lincoln and Guba (1985) were followed to ensure validity in the research (Yıldırım & Şimşek, 2016: 279; 282). In order to ensure internal validity, participants with different demographic characteristics were included in the research and multiple realities were tried to be reached. In order to ensure external validity, both general and specific information was tried to be reached in the research. In determining reliability, the steps suggested by LeCompe and Goetz (1982) were taken into consideration (Yıldırım & Şimşek, 2016: 273-275). In order to ensure internal reliability, the data were presented with direct quotations. The findings were analysed comparatively by two authors and answers that were not clear, understandable or irrelevant were not included. While preparing the interview questions, two basic conceptual frameworks accepted in the literature were taken as a guide. In terms of external reliability, all participants, interview settings, and the way the data were recorded were clearly stated.

All the interviews were conducted in May 2023. For ease of interpretation of the findings, participants were coded as K1, K2. The interview recordings and responses were carefully listened to and read, and the participants' responses were coded according to certain categories and themes. The main issues and important points mentioned by the participants were identified and this information is presented in the study.

## CONCLUSION AND RECOMMENDATION

Sinop province has the characteristics of an attractive destination in terms of its geographical structure, climate, natural areas, cultural and historical features. The responses from the participants regarding the accessibility to Sinop from other cities and to the paragliding areas within the city show that transportation is generally possible by private vehicles. Sinop's geographical location, which can be considered relatively disadvantageous due to its location at the farthest end of the Black Sea Region, and its small population may make it difficult to reach Sinop from other cities in general. Transportation to the city by air takes place once a day from Istanbul with only one airline in summer and winter months (Turkish Airlines, 2023), transpor-

tation by road is provided by buses departing from certain cities (obilet.com, 2023), and transportation to the city by sea and train is not possible. For this reason, increasing the variety of transportation to the city will make the destination more visitable.

Participants' opinions on accommodation, food and beverage facilities, quality and variety of food and beverage, and services provided by travel intermediaries in Sinop were generally found to be negative. Most of the participants find the prices high. The natural, historical and cultural beauties of Sinop are not managed in a planned manner by the tourism authorities. The city cannot carry the tourist density in the summer months, and tourists who cannot find a place in the limited number of accommodation facilities turn to hostels or daily rented houses. Especially in the summer months, businesses raise prices due to the high number of tourists, which negatively affects the image of the city. As stated by the majority of the participants, Sinop is known as an expensive city and the diversity of the facilities offered is thought to be low. Increasing the opportunities through public or private initiatives will both provide diversity and stimulate the competitive environment. Since tourists with more opportunities may prefer a different facility, businesses will try to provide better quality service and adopt a more appropriate pricing policy to survive in the competition. This situation is thought to refresh the image of the city positively in the long run.

Sinop has significant deficiencies in terms of planned package tours. There are six Group A travel agencies in Sinop, only four of which operate in the center (Ministry of Culture, 2023). Tourists coming from outside the city with tour companies have the chance to visit within a certain program on designated routes. There are various activities that visitors coming to Sinop for paragliding may need before and/or after the paragliding activity. Most of the participants stated that water sports and beach activities can be done during the summer months when the tourism season is at its peak. It was also found that nature walks and camping activities are also activities that visitors to the region do during this period. However, some participants stated that there are not many activities outside the summer season and that only the natural beauties of the city can be visited. Although there are many activities that visitors can do in the province, which is frequently preferred by domestic tourists especially in the summer months, this should be spread throughout the year in order for the province to achieve sustainable development. Considering that organized nature walks or camping activities can be done throughout the year, Sinop's unique nature can be supported with such activities.

Buhalis (2000) mentioned that a destination should have six characteristics (6A) in order to become a tourism destination. In the research, the participants were asked to express which one or which ones of these characteristics Sinop has in terms of paragliding. In general, it was found that the participants found Sinop attractive especially because of its natural landscape beauties, but they thought that both transportation to the city and transportation to the areas where paragliding activities take place were limited or difficult. Sinop province was also found to be inadequate especially in terms of the quality and diversity of accommodation and food and beverage facilities and the availability of planned tours. However, it can be said that the province is strong in terms of existing activities. However, it was observed that the participants were divided in terms of the availability or accessibility of supportive services. In summary, in terms of paragliding tourism, Sinop destination was found to be sufficient in terms of attractions, activities and supportive services, but insufficient in terms of accessibility, facilities and planned tours. While Sinop province meets three of the tourism destination characteristics, it was found insufficient in three of them. For this reason, it can be stated that in order for the destination to progress in paragliding tourism, it should improve itself especially in the areas where it is seen as inadequate.

In order to understand the tourism experiences of paragliding pilots in Sinop, Pine and Gilmore's (1998) 4A's (entertainment, education, aesthetic and escape experiences) were taken as a basis. It can be stated that participants had a rich or unforgettable experience covering all areas of experience in paragliding activities in Sinop province. Although the destination is found to be inadequate in terms of accessibility, facilities and planned tours, it is an important advantage that the experiences of the participants are so rich. Because in today's world, people focus on the experience they feel and experience during that activity rather than the activity they do, and they find this much more valuable than buying a tangible product or service. Although a purchased product may wear out or disappear over time, it is thought that memories of unforgettable moments will remain in the mind for a lifetime. For this reason, paragliding tourism, which has such a rich experiential potential, will create an important competitive power for the city and in order for this competition to be sustainable, it is essential to develop the destination in terms of accessibility, facilities and planned tours. Especially with the planned paragliding events or tours to be organized, the transportation problem can be overcome relatively and facilities can be arranged by tour organizers or travel agencies to make Sinop, a destination where tourists are more satisfied.

Studies on paragliding tourism or experience are quite limited in the literature. It is thought that this research may contribute to adventure tourism studies and paragliding studies. However, relatively few participants could be reached in the study. This situation is also related to the fact that paragliding activities are not organized regularly in the destination. However, if the number of tourists increases in the future, more generalizing research can be carried out by adopting quantitative research methods. In addition, the research can be enriched by organizing in-depth interviews with sector stakeholders, especially regarding the characteristics of the destination that need to be developed.



# Turizm Akademik Dergisi

## Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



## Yerel Halk Turizmin Gelişimini Neden Destekler? Uyarın-Süreç-Tepki Teorisi\*

Elif ŞENEL<sup>a</sup>, İlker KILIÇ<sup>b\*\*</sup>

<sup>a</sup> Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, Eskişehir, E-mail: eozelmas@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-0374-6962

<sup>b</sup> Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, Eskişehir, E-mail: ilker.kilic@ogu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0617-2260

### Öz

Yerel halkın turizmi desteklemesi, turizmin sürdürülebilir gelişimi için temel faktörlerden biri haline gelmiştir. Bu bağlamda yerel halkın turizmi desteklemesine neden olan faktörleri belirlemek üzere bu araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın amacına ulaşmak için kullanılan model uyarın-süreç-tepki teorisi üzerine inşa edilmiştir. Araştırmanın örneklemini başlıca turistik destinasyonlar arasında yer alan Eskişehir ilinde yaşayan bireyler (n=410) oluşturmaktadır. Hipotezlerin test edilmesinde en küçük kareler tabanlı yapısal eşitlik modellemesi (Smart-PLS) kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, yerel halkın algılamış olduğu kültürel, sosyoekonomik ve çevresel değer faktörleri turizme yönelik tutumu olumlu yönde etkilerken, turizme yönelik tutum da turizmin gelişimine yönelik desteğin bir belirleyicisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca turizme yönelik tutum kültürel, sosyoekonomik ve çevresel değer faktörlerinin turizmin gelişimine olan desteğine aracılık etmektedir. Mevcut sonuçlara karşın yerel halkın algılamış olduğu makroekonomik değer turizme yönelik tutuma karşı anlamlı bir etkisi bulunmamıştır. Mevcut sonuçlar bağlamında turizmin gelişmesi için temel faktörlerden biri olan yerel halkın turizme dâhil edilerek ekonomik açıdan gelir elde etmesi sağlanmalıdır. Turizmden elde edilen gelirin halka yayılması için çeşitli politikalar üretilmelidir.

**Anahtar Kelimeler:** Çevresel Değer, Sosyoekonomik Değer- Kültürel Değer, Makroekonomik Değer, Turizmin Gelişimine Yönelik Destek, Uyarın-Süreç-Tepki Teorisi.

### Why Do Local People Support the Development of Tourism? Stimulus-Organism-Response Theory

#### Abstract

The support of local people for tourism has become one of the main factors in ensuring the sustainable development of tourism. This research has been carried out to find out the factors that increase the support of local people for tourism. The model used to achieve the purpose of the research was based on the stimulus-organism-response theory. The sample of the research is composed of the people living in Eskişehir, which has become one of the main tourist destinations (n=410) recently. Least squares-based structural equation modelling (Smart-PLS) was used to test the research hypotheses. According to the research results, while the cultural, socio-economic and environmental value factors perceived by the local people were found to have positively affected the attitude of local people towards tourism, the attitude towards tourism also appears as a determinant of support for the development of tourism. In addition, the attitude towards tourism mediates the support of cultural, socio-economic and environmental value factors for the development of tourism. This research found no significant effect of the macroeconomic value perceived by the local people on the attitude towards tourism. In line with the current results, local people, which is one of the main factors for development of tourism, should be included in tourism and earn economic income. Various policies should be produced to spread the income from tourism to the public.

**Keywords:** Environmental Value, Socio-Economic Value, Cultural Value, Macroeconomic Value, Support for the Development of Tourism, Stimulus-Organism-Response Theory.

JEL CODE: Z30, Z32

*Makalenin Geçmişi:*

Gönderim Tarihi : 21.08.2023

Düzeltilme : 22.09.2023

Kabul : 03.11.2023

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Şenel, E., Kılıç, İ. (2023). Yerel Halk Turizmin Gelişimini Neden Destekler? Uyarın-Süreç-Tepki Teorisi, Turizm Akademik Dergisi, 10 (2), 251-264.

\* Bu araştırma Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler İnsan Etik Kurulunun 05.04.2023 tarihinde gerçekleştirilen 2023-05 toplantısında alınan onay belgesi ile bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.

\*\* Sorumlu yazar e-posta: ilker.kilic@ogu.edu.tr



## GİRİŞ

Turizm dinamik yapısından ötürü sürekli olarak değişimin var olduğu ve gelişim süreçlerinin yaşandığı bir sektördür. Destinasyonlarda turizm tabanlı gelişim o bölgede yaşamını sürdüren yerel halk açısından sosyal, çevresel, ekonomik ve kültürel yönlerden önemli değişimlere yol açmaktadır. Bu noktada yerel halkın turizmin gelişimine yönelik desteği sektörün ortaya çıkarmış olduğu etkilerin halk tarafından ne şekilde ve nasıl algılandığına göre değişim göstermektedir (Abdollahzadeh & Sharifzadeh, 2014; Wilkinson, 2002). Turizmin muhtemel etkilerine karşılık yerel halkın edinmiş olduğu algı olumlu veya olumsuz olarak ortaya çıkabilmektedir. Algı olumlu ise turizmin gelişimine destek vermeye gönüllü olan yerel halk olumsuz bir algı geliştirdiğinde turistik gelişimlere karşı çıkan ve engelleyici bir tavır sergileyebilmektedir. Dolayısıyla yerel halkın turizm sektörünün gelişimi konusundaki yaklaşımlarının belirlenmesi bölgede gerçekleştirilen turizm çeşitleri ve gelişimleri açısından önem arz etmektedir (Choi & Sirakaya, 2005; Yoon ve ark., 2001).

Dahası yerel halkın turizmin gelişimine yönelik olan desteğinin belirlenmesi adına gerçekleştirilen çalışmalar turizm temelli planlama yapan bütün sektörler ve planlılar için yön belirleme hususunda birer pusula niteliği taşımaktadır (Williams & Lawson, 2001). Yerel halkın turizm sektöründeki gelişmelere yönelik düşüncelerini anlamak ve bu konu ile ilgili faktörleri tespit etmek aynı zamanda turizm hareketliliğine yönelik olumsuz duygu ve düşünceleri azaltmada ve daha olumlu bir tavır yaratmada yardımcı bir adım niteliğindedir (Almeida-García ve ark., 2016).

Turizmin yerel halk üzerinde yaratmış olduğu etki ve oluşan algı ile ilgili yapılan araştırmalarda (Nunkoo & Ramkissoon 2011; Rasoolimanesh & Jaafar 2016; Liang ve ark., 2021), turizmin algılanan etkileri sosyal, çevresel ve ekonomik etkiler olarak üç başlık altında incelenmiştir. Dahası alanyazında yerel halkın turizm sektöründeki gelişmelere olan desteği ve tutumu genellikle sosyal değişim teorisi kapsamında incelenmiştir (Al-Badarneh & Al-Makhadmeh; 2015). Teori yaygın bir şekilde kullanılsa da yerel halkın algılarını açıklama konusunda yetersiz kalabilmektedir (Hadinejad ve ark., 2019). Bu noktada yerel halkın turizmin gelişimini neden desteklediğini belirlemek amacıyla yeni yaklaşım ve teorilerden faydalanılması ve bu alanda araştırmalar yapılması gerekmektedir.

Bireylerin çevresel durumlardan etkilenen bilişsel ve duygusal davranışlarını açıklamaya çalışan Stimulus (Uyaran)- Organism (Süreç)- Response (Tepki) teorisi (SOR) uyaranların süreçlere olan etkilerinin yaratmış olduğu tepkileri ölçen (Shah ve ark., 2020) ve daha önce yerel halk ve turizm ilişki içerisinde kullanımı olmayan

bir teori olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüm bu bilgiler konunun eksik yönlerinin olduğunun açık bir göstergesidir. Alanyazındaki mevcut eksikliği gidermek ve literatüre katkı sağlamak amacıyla araştırmanın modeli “Yerel halk turizmin gelişimini neden destekler?” araştırma sorusu ve Uyaran-Süreç-Tepki (Stimulus Organism- Response) teorisi bağlamında tasarlanmıştır. Araştırmada yerel halkın uyaran-süreç-tepki kuramı bağlamında turistik gelişmeleri neden desteklediği ve bu konu ile ilgili algılarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda yerel halkın turizm sektörüne karşı olan beklentileri hakkında bilgi sağlanmış ve buradan yola çıkılarak yerel yönetimlerin iş birlikleri doğrultusunda neler yapabilecekleri hakkında tavsiyelerde bulunulmuştur. Ayrıca araştırma akademik süreçte yerel halkın turizme ve turizmin etkilerine yönelik algı ve tutumlarının sosyal değişim teorisi dışında uyaran-süreç-tepki teorisi gibi önemli bir teori kapsamında değerlendirilebileceği ile ilgili yol gösterici olmuştur.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İnsan hayatı, dünya içerisinde yer alan canlı ve cansız varlıklar ile birlikte uyum ve bütün içerisinde devam eden bir sistemden oluşmaktadır. Var olan bu sistemin parçalarından yalnızca biri olan insan çevresinde yer alan tüm varlıklar ile sağlıklı bir ilişki yürütmek için çaba sarf etmektedir (Kılıç, 2018). Karşılıklı etkileşimin oldukça yoğun olduğu çevresel unsurlar aynı zamanda farklı tanım, karakter ve özelliklere sahiptir. Destinasyonlarda yer alan tarihi, doğal, kültürel ve estetik gibi bütün varlıklar karşımıza çevresel değer olarak çıkmaktadır (Lerner & Haber, 2001). Çevresel değer kavramının gittikçe yaygınlaşması ve bireylerin farkındalık kazanması dünya üzerinde ki birçok ülkede artık çevreye yönelik ilginin ve çevreyi gözetken ürünlere yönelik çabanın artmasına neden olmaktadır. Bu duruma yol açan en temel etmenlerden biri ise bireylerin sosyal sorumluluk ve çevre konuları ile ilgili endişelerinin artması olarak karşımıza çıkmaktadır (Romani ve ark., 2015). Dahası günümüz tüketici profili çevresel değerler ile ilgili herhangi bir konu ile karşı karşıya geldiğinde kendi kişisel değerleri ile uyumlu olan işletme ve markaları tercih etmektedir (Kotler & Sarkar, 2017). Bireylerin, sürdürülebilirlik beklentileri, çevreye karşı olan arzuları ve çevresel ihtiyaçlarının karşılanmasına dayanan tüm düşünceleri çevresel değer olarak nitelendirilmektedir. Çevresel değer aynı zamanda sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan yarattığı fırsatlar ile turizm sektörü içerisinde de önemli bir varlığı temsil etmektedir (Ariffin ve ark., 2016). Çevresel faktörlerin özenle korunması ve bu faktörlerin detaylandırılması ile birlikte turizm çok daha etkin bir hale gelecektir (Kılıç & Şenel, 2021).

Turizm sektörü çevresel değerlerin yanında sosyal ve kültürel açıdan da zamana bağlı değişim ve gelişimlere oldukça kısa sürede uyum sağlayabilen bir yapıya sahiptir. Başka bir ifade ile turizm sektörü sosyal ve kültürel gelişimin hem nedeni hem de sonucudur ki bu durum yerel halk, turistik işletmeler, kurum ve kuruluşlar arasındaki karmaşık ilişkileri kapsamaktadır. Dolayısıyla turizm olgusu içerisinde, çevre ve kültürel süreçlerdeki ilişkilerde, mekâna ve zamana bağlı olarak değişimler yaşanması mümkündür (Singh, 2006). Buna ek olarak sosyokültürel değerler yerel halk açısından özellikle sürdürülebilir bir toplum kültürü ve varlıklarının devamı açısından, sosyal bir kimlik ve sosyal sermayeye saygı anlamı taşımaktadır. Turizm sektörünün sosyal ve kültürel yapı üzerindeki etkileri destinasyonun gelişim düzeyine, turistik faaliyet çeşitlerine, yerel halk ve ziyaretçi nüfusun oranlarına, yeni trendlere ve yerel halkın sosyal ve kültürel değerlere karşı olan düşüncelerine göre değişim göstermektedir (Mckercher, 2003). Sosyokültürel değerlerin yanında turizm sektöründe gerçekleştirilen yatırımlar ve oluşturulan yeni destinasyonlar sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan birçok fayda sağlamakta olup meydana getirdiği temel etkilerin aracılığı ile alt yapı olanaklarında, istihdam sürecinde, ihracat gelirlerinde ve girişimcilik aşamasında önemli değişimlere yol açmaktadır. Ekonomik büyüme oranını artıran ve istihdam yaratan turizm sektörü aynı zamanda ödemeler bilançosunda yer alan açıkların kapatılmasında ve bu açıkların ekonomi üzerinde yaratmış olduğu tehditlerin azaltılmasında da en etkili sektörlerin başında gelmektedir (Özcan, 2015). Dolayısıyla makroekonomik değerler destinasyonlarda yer alan yerel halk açısından göz ardı edilemeyecek kritik bir değere sahiptir.

Sektörel anlamda yaratmış olduğu birçok değer yanında turizm gelişim gösterdiği bütün alanlarda yerel halk üzerinde birtakım etkiler yaratmaktadır. Özellikle bir destinasyonda yaşamını sürdüren bireyler içerisinde değer üzerine bir algılama süreci söz konusudur. Bu noktada turizmin gelişim evrelerinde bireylerin gelişimin meydana getirmiş olduğu etkileri anlaması gerekmektedir (Kim, 2002). Gelişim sürecinin algılanması ile birlikte turizmin yerel halk üzerinde meydana getirdiği etkiler günlük yaşam içerisinde kendisini göstermeye başlamakta ve bunun sonucunda ise olumlu veya olumsuz geri dönüşler meydana gelmektedir. Dahası turizme yönelik algı ve destek yerel halkın değerlendirmeleri sonucu ortaya çıkan ve zaman içerisinde değişim gösterebilen bir yapıya sahiptir. Dolayısıyla yerel halkın turizm sektöründe meydana gelen gelişim ve değişimlere yönelik desteğinde bir genelleme yapılması pek mümkündür değildir. Bunun nedeni bölgede bulunan turizm çeşitlerinin farklılık göstermesi ve bölgeye ait gelişmişlik düzeyindeki farklılıklardır (Faulkner & Tideswell, 1997). Yerel ve bölgesel planlamalarda sade-

ce turistlere yönelik algılar önemli olarak değerlendirilse de bu bakış açısı uzun vadede turizmin gelişimini ve yerel halkın desteğini olumsuz olarak etkileyebilir. Bu noktada bireylerin yaşamlarını sürdürdükleri şehirlere karşı duygularının, tutumlarının ve algılarının göz önünde bulundurulması hareket edilmesi önem taşımaktadır (Hidalgo & Hernández, 2001).

## HİPOTEZ GELİŞİMİ

Mehrabian & Russell (1974) tarafından, tüketici davranışlarını anlamak ve onları etkileyen faktörleri belirlemek için geliştirilen uyarın-süreç-tepki teorisinin öncelikli amacı uyarınların süreçlere karşı etkilerinin meydana getirdiği tepkileri ölçmektir. Çevrede meydana gelen tüm uyarınlar insanlarda duygusal ve bilişsel olarak tepkiler oluşturmaktadır. Sonuç olarak davranışsal niyetler meydana getirmektedir. Uyarın-Süreç-Tepki (UST) teorisi kişilerin çevresel faktörlerden etkilenen duygusal ve bilişsel davranışlarını anlamlandırmaya çalışan bir mekanizma olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada Uyarın-süreç-tepki teorisinde var olan dış etmenler bireylerde nasıl davranışsal niyet oluşturmaktadır sorusuna cevap aranmaktadır (Jacoby, 2002; Kılıç & Seçilmiş, 2022; Mehrabian & Russell, 1974; Shah ve ark., 2020). Bu bağlamda araştırma modelini açıklamak üzere U-S-T teorisi kullanılmıştır. Ulusal alanyazında yerel halkın turizmi neden desteklediğini ölçen araştırma modellerinde Uyarın-Süreç-Tepki teorisinin kullanıldığı herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle araştırma mekanizması Uyarın-Süreç-Tepki teorisi üzerine inşa edilmiştir. Araştırma modeli içerisinde uyarın faktörleri olarak kültürel değer, sosyoekonomik değer ve makroekonomik değer ele alınmıştır. Süreç boyutunda turizme yönelik tutum değerlendirilirken tepki boyutunda turizmin gelişimine yönelik destek ele alınmıştır.

Lee (2013), yerel halkın algılamış olduğu ekonomik desteğin sürdürülebilir turizm gelişimi için kritik bir faktör olduğunu, algılanan faydaların toplumsal bağlılık ve sürdürülebilir turizm gelişimi sürecinde karşılıklı ilişki içerisinde olduğunu belirtmiştir. Suntikul ve ark., (2016), yerel halkın yerel yönetimlerde söz sahibi olmasının turizme yönelik olumlu bir tutum oluşturduğunu belirtmişlerdir. Gunjić (2017), çalışmasında kültürel ve çevresel değerlerin yerel halk tarafından oldukça önemli olduğunu bunun yanı sıra bu değerlerin yaratmış olduğu makroekonomik çıktılarının da yerel halkın desteğini sağlayan bir etkisi olduğunu belirtmiştir. Robinson ve ark. (2019), algılanan çevresel değerlerin artması ile birlikte yerel halkın turizme olan desteğinin arttığını ancak çevresel değerlerin azalması durumunda ise yerel halkın turizme yönelik algılarının olumsuz olduğunu belirtmiştir. Kılıç & Şenel (2021), sosyal değişim teorisi kapsamında gerçekleştirdikleri çalışmada turizmin olumlu sosyal ve olumlu kültürel

etkilerinin yerel halkın turizmi desteklemesine neden olduğu sonucuna varmışlardır. Tüm bu bilgiler ve U-S-T teorisi bağlamında aşağıdaki hipotezler test edilmek üzere geliştirilmiştir.

**H1:** Yerel halkın algılamış olduğu kültürel değer turizme yönelik tutumu olumlu yönde etkilemektedir.

**H2:** Yerel halkın algılamış olduğu sosyoekonomik değer turizme yönelik tutumu olumlu yönde etkilemektedir.

**H3:** Yerel halkın algılamış olduğu makroekonomik değer turizme yönelik tutumu olumlu yönde etkilemektedir.

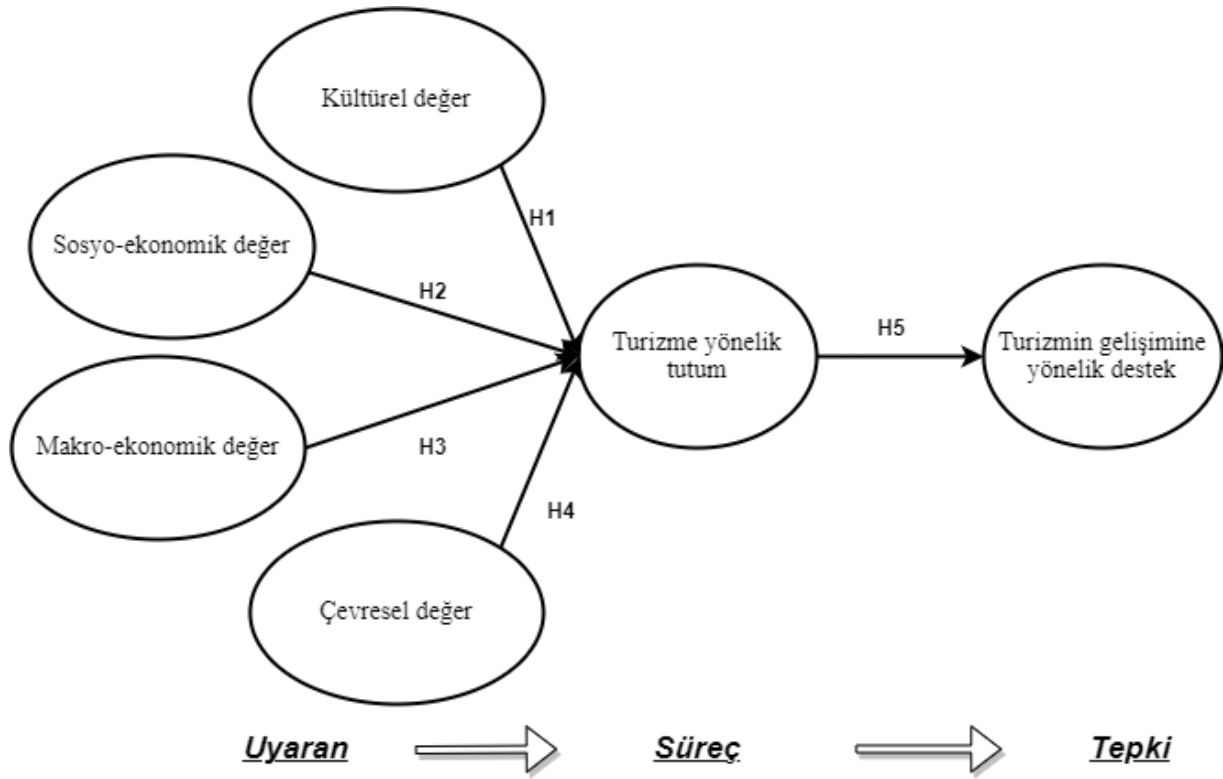
**H4:** Yerel halkın algılamış olduğu çevresel değer turizme yönelik tutumu olumlu yönde etkilemektedir.

**H5:** Yerel halkın turizme yönelik tutumu turizmin gelişimine yönelik desteğini olumlu yönde etkilemektedir.

konusunda turizm sektöründeki gelişmelere destek verdiğini belirtmişlerdir. Roslan ve ark. (2017) çalışmalarında yerel halkın doğal ve kültürel değerlerin korunması ile doğru orantılı olarak turistik gelişmelere destek verdiklerini belirtmişlerdir. Mason & Cheyne (2000) ise yerel halkın turizme karşı olan tepkisinin tesis sayılarındaki artış ve istihdam yaratması açısından sosyoekonomik değerlere bağlı olduğu sonucuna varmışlardır. Mevcut araştırmalar bağlamında aşağıdaki hipotezler test edilmek üzere geliştirilmiştir.

**H6:** Yerel halkın turizme yönelik tutumu çevresel değer turizmin gelişimine yönelik desteğine aracılık etmektedir.

**H7:** Yerel halkın turizme yönelik tutumu sosyoekonomik değer turizmin gelişimine yönelik desteğine aracılık etmektedir.



**Şekil 1.** Araştırma modeli

Aref ve ark. (2009) yaptıkları araştırmada turistik gelişmelere yönelik en güçlü ve olumlu algıların oluşan çevresel ve ekonomik değere yönelik olduğu sonucuna varmışlardır. Han ve ark. (2011) araştırmalarında yerel halkın turizm sektörünü desteklemesinin öncelikli koşullarından birinin sektörün yaratmış olduğu ekonomik değer olduğunu belirtmişlerdir. Terzić ve ark. (2014), çalışmalarında yerel halkın kültürel değerler

**H8:** Yerel halkın turizme yönelik tutumu kültürel değer turizmin gelişimine yönelik desteğine aracılık etmektedir.

**H9:** Yerel halkın turizme yönelik tutumu makroekonomik değer turizmin gelişimine yönelik desteğine aracılık etmektedir.

## ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

### Evren ve örneklem

Araştırma verileri anket tekniği ile kolayda örneklem yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Araştırma anketleri Haziran 2023 ile Temmuz 2023 tarihleri arasında toplanmıştır. Araştırmanın evreni özellikle yerli turistler için cazibe merkezi haline gelmiş olan ve gün geçtikçe gelen turist sayısının arttığı Eskişehir ilinde yaşayan halktan oluşmaktadır. Eskişehir ilinde yaşayan toplam kişi sayısının yaklaşık 900 bin kişi (Nüfus, 2023) olmasından dolayı en az 384 kişiye (Altunışık ve ark., 2007) ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda 500 anket dağıtılmış 432 tanesi geri dönmüştür. Ancak 22 tanesinden eksik veri olduğundan dolayı 410 anket ile analizler gerçekleştirilmiştir. Son olarak araştırmanın gerçekleştirilmesi için gerekli olan etik kurulu belgesi Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler İnsan Etik Kurulunun 05.04.2023 tarihinde gerçekleştirilen 2023-05 toplantısında alınan karar ile temin edilmiştir.

### Ölçme araçları

Araştırmada yerel halkın algılamış olduğu makro-ekonomik değeri (4 madde), kültürel değeri (4 madde), sosyoekonomik değeri (3 madde) ve çevresel değeri (2 madde) ölçmek amacıyla Ganji ve ark. (2021) araştırmasındaki ifadeler uyarlanarak kullanılmıştır. Yerel halkın turizme yönelik tutumunu ölçmek amacıyla Moghavemi ve ark. (2017)'nin kullandığı ölçek

(6 madde) uyarlanmıştır. Son olarak turizme yönelik desteği ölçmek amacıyla Erul ve ark. (2020)'nin kullandığı ölçek (2 ifade) uyarlanarak kullanılmıştır. Ölçeklerin sorulmasında, 5'li Likert tarzı (1: Kesinlikle katılmıyorum 5: Kesinlikle katılıyorum) derecelendirme yapılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin tamamı İngilizce araştırmalardan alındığından dolayı Türkçeye uyarlanırken Brislin (1970)'in üç aşamalı yaklaşımı izlenmiştir. Söz konusu yaklaşıma göre ölçekler ilk olarak Türkçeye çevrilmiş ardından İngilizceye son olarak tekrar Türkçeye çevrilmiştir. Verilerin elde edilebilmesi için Eskişehir Osmangazi Üniversitesi 05.04.2023 tarihli 2023-05 sayılı kararı ile "Etik Kurulu Onayı" alınmıştır

### Veri analizi

Hipotezlerin test edilmesinde en küçük kareler tabanlı yapısal eşitlik modellemesi (Smart-PLS) kullanılmıştır. Bunun birkaç nedeni bulunmaktadır. Smart-PLS karmaşık modellerin test edilmesinde kullanışlı bir araçtır (Rasoolimanesh & Ali 2018). Ayrıca, Smart-PLS Likert tip ölçek gibi sıralı ölçeklerle toplanan verileri analiz etmek için uygun bir yöntem olmakla beraber açıklama ve tahmin için etkili ve verimlidir (Hair ve ark., 2017a) Bu nedenle Smart-PLS bu araştırma için uygun bir analiz aracıdır.

## BULGULAR

### Demografik bulgular

**Tablo 1.** Demografik Özellikler

		Frekans	Yüzde			Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	239	41,7				
	Erkek	171	58,3				
Yaş	18-25	60	14,6				
	26-35	98	23,9				
	36-45	128	31,2				
	46-55	69	16,8				
	56 ve üstü	55	13,4				
Gelir	8500 TL'den az	68	16,6	Öğrenci	50	12,2	
	8500-10500	57	13,9	İşçi	51	12,4	
	10501-12500	94	22,9	İşyeri sahibi	33	8,0	
	12501-14500	65	15,9	Memur	162	39,5	
	14501 ve üstü	126	30,7	Meslek	Turizmci	22	5,4
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	43	10,5	Emekli	42	10,2	
	Lise	95	23,2	Çalışmıyor	32	7,8	
	Ön Lisans / Lisans	212	51,7	Diğer	18	4,4	
	Lisansüstü	60	14,6				
Toplam	410	100	Toplam	410	100		

Tablo 1’de katılımcıların demografik özellikleri kapsamlı bir şekilde sunulmuştur. Demografik özellikler arasında dikkat çekici olanlar katılımcıların %30,7’sinin 14501 ve üzeri gelire sahip olmasıdır. Ayrıca %51,7’si lisans ve ön lisans mezunudur. Son olarak katılımcıların % 39,5’i memur olarak çalışmaktadır.

### Ölçüm modeli

İlk olarak iç tutarlılık, güvenilirlik, yakınsak geçerlilik ve ayırt edici geçerliliğin sağlanıp sağlanmadığını değerlendirme için dış model test edilmiştir (Hair ve ark., 2017b). Tablo 2’de dış model sonuçları sunulmuştur. İlk olarak faktör yükleri 0,50’nin altında kalan

**Tablo 2.** Ölçüm Modeli

Değişkenler ve İfadeler	Faktör Yükleri	C. Alfa	BG	AOV
<b>Kültürel değer</b>		0,884	0,920	0,742
Turizm, yerel gıdaların üretimini ve satışını teşvik etmektedir.	0,838			
Turizm, bölge sakinlerinin müzik gibi yerel sanatlara olan katılımını ve bunlardan keyif almasını teşvik eder.	0,841			
Turizm, bölge sakinlerinin yerel kültürleriyle iftihar etmesine sebep olur.	0,901			
Turizm, Eskişehir’in kültürel kimliğinin ve mirasının korunmasına yardımcı olur	0,864			
<b>Sosyoekonomik değer</b>		0,855	0,912	0,776
Turizm, Eskişehir’in ekonomik geleceği için büyük bir umut vaat etmektedir.	0,871			
Turizm, bölge sakinleri için birçok istihdam fırsatı yaratmaktadır.	0,900			
İstihdam ve gelir sağlaması bakımından turizm, bölge sakinlerinin sosyal refahında bir artışı teşvik etmektedir.	0,871			
<b>Makroekonomik değer</b>		0,851	0,900	0,692
Turizm, toplum ekonomisine daha fazla yatırım sağlamaktadır.	0,844			
Turistlerden en çok yerel işletmeler yararlanmaktadır.	0,815			
Turizmin en önemli yönlerinden biri, toplum içerisindeki bireyler için çeşitli iş-olanakları yaratmasıdır.	0,871			
Turizm, toplumun yaşam standartlarını yükseltir.	0,794			
<b>Çevresel değer</b>		0,801	0,910	0,834
Turizmin gelişmesi genel olarak Eskişehir’in görünümünü iyileştirmiştir.	0,920			
Eskişehir’de turizmin gelişimi çevreyi korumaktadır.	0,906			
<b>Turizme yönelik tutum</b>		0,908	0,943	0,846
Eskişehir’de toplumda turistlerin olması iyi bir fikirdir.	0,935			
Eskişehir’de turizm faaliyetini geliştirmek akıllıca bir fikirdir	0,942			
Eskişehir’de turistlerin olması keyiflidir.	0,880			
<b>Turizmin gelişimine yönelik destek</b>		0,884	0,945	0,896
Eskişehir’de turizmin gelişmesine destek olmak için çaba göstereceğim.	0,948			
Eskişehir’de turizmin gelişmesine destek olmayı planlıyorum.	0,946			



turizme yönelik tutum değişkeninin ifadelerinden “Eskişehir’de daha fazla turist olması fikrini seviyorum.”, “Eskişehir’de turistlerin varlığı ilginçtir.” ve “Eskişehir’de turistlerin olması eğlencelidir.” ve turizmin gelişimine yönelik destek faktörünün “Eskişehir’de turizmin gelişmesini destekliyorum.” ifadelerinin faktör yüklerinin 0.50’nin altında olmasından dolayı analizden çıkartılmıştır.

### Hipotez testi

Dış model onayladıktan sonra iç modelin değerlendirilmesi için önceki çalışmaların önerdiği adımlar takip edilmiştir (Hair ve ark., 2017a). İlk olarak The variance inflation factor (VIF) kontrol edilmiştir ve 5’i aşan bir değer bulunmadığından çoklu doğrusal bağlantı sorunu olmadığı kanısına varılmıştır

**Tablo 3.** Ayrışma Geçerliliği

(Fornell-larcker kriteri)						
(1) Kültürel değer	<b>0,861</b>					
(2) Sosyoekonomik değer	0,806	<b>0,881</b>				
(3) Makroekonomik değer	0,730	0,779	<b>0,832</b>			
(4) Turizme yönelik tutum	0,750	0,688	0,619	<b>0,920</b>		
(5) Turizmin gelişimine yönelik destek	0,714	0,637	0,567	0,808	<b>0,947</b>	
(6) Çevresel değer	0,783	0,673	0,597	0,699	0,667	<b>0,913</b>

Gösterge güvenilirliğini değerlendirmek için dış yükler kontrol edilmiştir. Tablo 2’de görüldüğü gibi tüm yükler 0,70’in üzerindedir. Dolayısıyla gösterge güvenilirliği sağlanmıştır. Yapıların Cronbach alfa değerleri 0,70’in oldukça üzerindedir. Bu içsel güvenilirliğe

(Hair ve ark., 2017b). Veri ve model uyumunu değerlendirmek için standardized root mean square residual (SRMR) değeri kullanılmıştır (Henseler ve ark., 2016). Yapısal modelin test sonuçlarına göre SRMR değeri 0,059’dır. Buna göre veri ve model arasında iyi bir

**Tablo 4.** Hipotez testi sonuçları

Hipotezler	etki	$\beta$	t-değeri	Sonuçlar	VIF değeri
<b>H1</b>	KD→TYT	0,357***	5,430	<b>Desteklendi</b>	4,313
<b>H2</b>	SED→TYT	0,168**	2,501	<b>Desteklendi</b>	3,703
<b>H3</b>	MED→TYT	0,069	1,137	Desteklenmedi	2,756
<b>H4</b>	ÇD→TYT	0,808***	38,624	<b>Desteklendi.</b>	2,621
<b>H5</b>	TYT→TGD	0,266***	5,190	<b>Desteklendi.</b>	1,000

TYT R<sup>2</sup>= 0,612, Q<sup>2</sup>= 0,508; TGD R<sup>2</sup>= 0,653, Q<sup>2</sup>= 0,581;

\*\*\*p<.01(t>2,58), \*\*p<.05(t>1,96), \*p<.10(t>1,65)

**Not:** KD= Kültürel değer; SED= Sosyoekonomik değer; MED= Makroekonomik değer; ÇD= Çevresel değer; TYT= Turizme yönelik tutum; TGD= Turizmin gelişimine yönelik destek

işaret etmektedir. Ek olarak, birleşik güvenilirlik değerleri 0.90 ve üzerindedir. Bu yapı güvenilirliğinin sağlandığına işaret etmektedir (Hair ve ark., 2017b). Açıklanan ortalama varyans değerlerinin 0.50’nin oldukça üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Bu yakınsak geçerliliğin sağlandığına işaret etmektedir (Fornell & Larcker, 1981).

Son olarak diskriminant geçerliliği incelenmiştir. Ayrışma geçerliliği sonuçları Tablo 3’te gösterilmiştir. AVE değerlerin karekökü yapılar arasındaki korelasyon katsayılarından daha yüksektir ve bu da ayrışma geçerliliğini doğrulamıştır (Fornell & Larcker, 1981).

uyum bulunmaktadır (Hu & Bentler, 1999). 0,75, 0,50 ve 0,25 R<sup>2</sup> değerleri sırasıyla önemli, orta ve zayıf olarak değerlendirilmektedir (Hair ve ark., 2011). Tablo 3’de görüldüğü gibi tüm R<sup>2</sup> değerleri 0,50’nin üzerindedir. Q<sup>2</sup> değerlerini hesaplamak için Blindfolding tekniği uygulanmıştır. Q<sup>2</sup> değerlerinin tamamı 0’1 geçtiği için modelin yordayıcı bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir (Hair ve ark., 2019).

Bulgulara göre turizmin oluşturduğu kültürel değer, yerel halkın turizme yönelik tutumunu olumlu ve anlamlı etkilemektedir ( $\beta = 0,357$ ,  $p < 0,001$ ). Mevcut bulguya göre **H1** hipotezi kabul edilmiştir. Turizmin oluşturduğu sosyo-ekonomik değer turizme yönelik

tutumu olumlu ve anlamlı etkilemektedir ( $\beta = 0,168$ ,  $p < 0,005$ ). Bulgu sonucunda **H2** hipotezi kabul edilmiştir. Turizmin bölgede yaratmış olduğu makroekonomik değerlerin yerel halkın turizme yönelik tutumu üzerinde anlamlı bir etkisi yoktur ( $\beta = 0,069$ ). Bulguya göre **H3** hipotezi reddedilmiştir. Turizmin oluşturduğu çevresel değer, yerel halkın turizme yönelik tutumunu olumlu ve anlamlı etkilemektedir ( $\beta = 0,808$ ,  $p < 0,001$ ). Bulguya göre **H4** hipotezi kabul edilmiştir. Son olarak yerel halkın turizme yönelik tutumları turizmin gelişimine yönelik desteklerini olumlu ve anlamlı yönde etkilemektedir. Bulguya göre **H5** kabul edilmiştir.

### Aracılık etkisi

Aracılık analizi için bootstrapping kullanılmıştır (Zhao ve ark., 2010). Bu kapsamda %95 güven aralığında 5.000 alt örneklem oluşturulmuştur. İlk olarak dolaylı etkilerin anlamlılığı daha sonra bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki doğrudan etkilerinin anlamlılığı incelenmiştir. Tablo 5'de görüldüğü gibi üst ve alt güven aralıkları H6-H7-H8'de 0 içermediğinden bu hipotezler kabul edilmiş H9 sıfır içerdiğinden dolayı bu hipotez kabul edilmemiştir.

2016; Kılıç & Şenel, 2021) olarak olumlu etkilenmesi turizme yönelik tutum ve desteği artıracaktır sonuçları araştırma bulguları ile örtüşmektedir. Bu sonuçların aksine makroekonomik değer turizme yönelik tutumu olumlu ve anlamlı yönde etkilememektedir. Bu durum yerel halkın makroekonomik seviyede turizmden etkilenmemesi ile açıklanabilir. Ayrıca bu sonuç yapılan turizm yatırımları yerel halkın direkt olarak ekonomik gelir elde edemediğini de ortaya koymaktadır. Aracılık sonuçlarına bakıldığında turizme yönelik tutum yerel halkın algılamış olduğu kültürel, sosyoekonomik ve çevresel değerlerin turizmin gelişimine yönelik desteğe aracılık ederken makroekonomik değerine turizmin gelişimine yönelik desteğine aracılık etmemektedir. Sonuç olarak turizme yönelik tutum turizme yönelik destekte önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Araştırma modeli uyaran-süreç-tepki (UST) teorisi üzerine inşa edilmiştir. U-S-T teorisi ulusal (Kılıç & Seçilmiş, 2022) ve uluslararası (Seçilmiş ve ark., 2022) alanyazında güncel olarak turizm araştırmalarında davranışları açıklamak üzere kullanılmaktadır. Bu araştırmada yerel halkın turizmin gelişimine yönelik

**Tablo 5.** Aracılık analizi sonuçları

Hipotezler	Dolaylı etki	t-değeri	p-değeri	BC confidence interval		Sonuçlar
				Düşük	Yüksek	
<b>H6:</b> ÇD→TYT→TGD	0,266	5,179	0,01	0,174	0,371	<b>Desteklendi</b>
<b>H7:</b> SED→TYT→TGD	0,168	2,578	0,01	0,046	0,300	<b>Desteklendi</b>
<b>H8:</b> KD→TYT→TGD	0,357	5,192	0,01	0,209	0,474	<b>Desteklendi</b>
<b>H9:</b> MED→TYT→TGD	0,069	1,158	0,24	-0,041	0,191	Desteklenmedi

**Not:** KD= Kültürel değer; SED= Sosyoekonomik değer; MED= Makroekonomik değer; ÇD= Çevresel değer; TYT= Turizme yönelik tutum; TGD= Turizmin gelişimine yönelik destek

### SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma sonuçlarına göre yerel halkın turizme yönelik desteğini etkileyen temel faktörlerden biri halkın turizme karşı olan tutumlarıdır. Turizme yönelik tutumlarının olumlu olarak artış göstermesi doğru orantılı olarak turizme olan desteklerini de artıracaktır. Ek olarak turizme yönelik tutumlarını da yerel halkın turizmden kültürel, sosyoekonomik ve çevresel olarak değer sağlamaları arttırmaktadır. Mevcut sonuçlar, yerel halk turizmden ne kadar değer kazanır ise o kadar turizme yönelik tutumu ve desteğinin artacağına işaret etmektedir. Alanyazında yer alan yerel halk turizmden çevresel (Aref ve ark., 2009; Gunjić, 2017), sosyoekonomik (Lee, 2013), ve kültürel (Suntikul ve ark.,

desteğini açıklayan model U-S-T üzerine inşa edilmiş ve büyük oranda kabul edilmiştir. Araştırmanın bu yönüyle teoriye farklı bir bakış açısı kazandırdığı söylenebilir.

Araştırma sonuçları bağlamında destinasyonlar için turizm paydaşlarına sunulan öneriler aşağıdaki gibidir;

- Turizmin gelişmesi için temel faktörlerden biri olan yerel halkın turizme dâhil edilerek ekonomik açıdan gelir elde etmesi sağlanmalıdır.
- Turizmden elde edilen gelirin halka yayılması için çeşitli politikalar üretilmelidir.

- Yerel halkın da bir şekilde turizm planlamasına dâhil edilmesi gerekmektedir.
- Turizmin oluşturduğu çevresel, kültürel ve sosyoekonomik değerler halkın da kazancına olacak şekilde arttırılmalıdır.
- Turizm geliştirilirken bölgesel kültürel değerlerin korunmasına önem verilmelidir.

Tüm bu bilgiler ışığında araştırma U-S-T teorisinin yerel halk davranışlarını ölçmede kullanılmasıyla hem alanyazına hem de teoriye katkı sunmuştur. Ayrıca sunulan önerilerin de uygulayıcılara yeni bakış açılarını kazandıracağı düşünülmektedir. Araştırmanın temel kısıtı Eskişehir ilinde yapılmış olmasıdır. Gelecek araştırmalarda farklı destinasyonlarda farklı faktörlerle yerel halkın turizmin gelişimine yönelik desteğinin öncüllerinin U-S-T teorisi bağlamında ölçülmesi önerilmektedir. Ayrıca U-S-T teorisinin destinasyonlara yönelik turist davranışlarını ölçmek için de kullanılması önerilmektedir.

Tüm bu bilgiler ışığında;

*“Yerel halk turizmden ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel olarak olumlu yönde etkilenir ise turizme yönelik destekleri artacaktır”* sonucuna ulaşılmıştır.

## KAYNAKÇA

- Abdollahzadeh, G. & Sharifzadeh, A. (2014). Rural residents' perceptions toward tourism development: A study from Iran, *International Journal of Tourism Research*, 16 (2), 126-136.
- Al-Badarneh, M. B. H., & Al-Makhadmeh, A. A. M. (2015). A review of social exchange theory effectiveness in measuring residents' attitudes towards tourism. *International Journal of Heritage, Tourism, and Hospitality*, 9(2/2).
- Almeida-García, F., Peláez-Fernández, M. Á., BalbuenaVazquez, A. & Cortes-Macias, R. (2016). Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain). *Tourism Management*, 54, 259-274.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yildirim, E. (2007). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri. Sakarya Yayıncılık, Sakarya, 226.
- Aref, F., Redzuan, M., & Gill, S. S. (2009). Community Perceptions Toward Economic And Environmental Impacts Of Tourism And Local Communities. *Asian Social Science*, 5(7), 130-137.
- Ariffin, S., Yusof, J. M., Putit, L. & Shah, M. I. A. (2016). Factors influencing perceived quality and repurchase intention towards green products. *Procedia Economics and Finance*, 37, 391-396.
- Brislin, R. W. (1970). "Back-Translation for Cross-Cultural Research." *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1(3): 185-216.
- Choi, H. C., & Sirakaya, E. (2005). Measuring Residents' Attitude Toward Sustainable Tourism: Development Of Sustainable Tourism Scale. *Journal of Tourism Research*, 43, 380-394.
- Erul, E., Woosnam, K. M., & McIntosh, W. A. (2020). Considering emotional solidarity and the theory of planned behavior in explaining behavioral intentions to support tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(8), 1158-1173.
- Faulkner, B. & Tideswell, C. (1997). A framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5 (1), 3-28.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. 18 (3), 382-388.
- Ganji, S. F. G., Johnson, L. W., & Sadeghian, S. (2021). The effect of place image and place attachment on residents' perceived value and support for tourism development. *Current Issues in Tourism*, 24(9), 1304-1318.
- Gunjić, L. (2017). Local perceptions of cultural heritage and tourism development -Case study Bač, Serbia. *Ge-conservación*, 11:57-62.
- Hadinejad, H. Moyle, B.D., Scott, N., Kralj, A. & Nunkoo, R. (2019). Residents' attitudes to tourism: a review. *Tourism Review*, 74 (2).
- Hair Jr, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017a). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107-123.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review*, 31(1), 2-24.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. & Sarstedt, M. (2017b), A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), 2nd ed., Sage, Thousand Oaks, CA.
- Han, G., Fang, W.T., & Huang, Y.W. (2011). "Classification and Influential Factors in the Perceived Tourism Impacts of Community Residents on Nature-based Destinations: China's Tiantangzhai Scenic Area". *Procedia Environmental Sciences*, 10.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using pls path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2-20.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43, 115-135.
- Hidalgo, M. C., & Hernández, B. (2001). Place attachment: conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 273-281.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55
- Jacoby, J. (2002). "Stimulus-Organism-Response Reconsidered: An Evolutionary Step in Modeling (Consumer) Behavior", *Journal of Consumer Psychology*, 12(1), 51-57.
- Kılıç, Ç. (2018). 2-MEV (iki faktörlü çevresel değerler modeli) Tutum Ölçeğinin Türkçeye adaptasyonu. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kılıç, İ. & Şenel, E. (2021). Turizmin Sosyo-Kültürel ve Çevresel Etkilerinin Turizmin Gelişimindeki Rolü, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 23, 2, ss. 789-808.

- Kılıç, İ., & Seçilmiş, C. (2022). Hangisine Güvenirim? Sosyal Medya Influencer'ları Mı Seyahat Acentaları Mı? Uyarın-Süreç-Tepki (Stimulus-Organism-Response) Teorisi. *Alanya Akademik Bakış*, 6(3), Sayfa No.2929-2941.
- Kotler, P., & Sarkar, C. (2017, January 9). Finally, brand activism. *The Marketing Journal*. <http://www.marketingjournal.org/finally-brand-activism-philip-kotler-and-christian-sarkar/>, Erişim Tarihi: 02.08.2023.
- Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism management*, 34, 37-46.
- Lerner, M. & Haber, S. (2001). Performance Factors of Small Tourism Vcnturcs: Th e Interface of Tourism Entrepreneurship and The Environment. *Journal of Business Venturing*, Vol.16, 77 - 100.
- Liang, Z., Luo, H. & Bao, J. (2021). A Longitudinal Study of Residents' Attitudes toward Tourism Development, *Current Issues in Tourism*, 1-15.
- Mason, P., Cheyne, C., (2000). "Residents' Attitude to Proposed Tourism Development". *Annals of Tourism Research*. 27: 391-411.
- Mckercher, B. (2003). "Sustainable Tourism Development-Guiding Principles for Planning and Management", National Seminar on Sustainable Tourism Development, Bishkek, November, s.5.
- Mehrabian, A., & Russell, J. A., (1974). *An Approach To Environmental Psychology*. The Mit Press.
- Moghavvemi, S., Woosnam, K. M., Paramanathan, T., Musa, G., & Hamzah, A. (2017). The effect of residents' personality, emotional solidarity, and community commitment on support for tourism development. *Tourism Management*, 63, 242-254.
- Moghavvemi, S., Woosnam, K. M., Paramanathan, T., Musa, G., & Hamzah, A. (2017). The effect of residents' personality, emotional solidarity, and community commitment on support for tourism development. *Tourism Management*, 63, 242-254
- Nunkoo, R. & Ramkissoon, H. (2011). Developing a Community Support Model for Tourism, *Annals of Tourism Research*, 38 (3): 964-988.
- Nüfus, (2023). <https://www.nufusu.com/il/eskisehir-nufusu> (Erişim tarihi: 10.06.2023).
- Özcan, C. C. (2015). Türkiye'de Turizm Gelirinin Makroekonomik Belirleyicileri: Panel Veri Analizi, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 24, Sayı 1, Sayfa 203-220.
- Rasoolimanesh, S. M. & Jaafar, M. (2016). Residents' Perception Toward Tourism Development: a pre-development perspective, *Journal of Place Management and Development*, 9 (1): 91-104.
- Rasoolimanesh, S. M., & Ali, F. (2018). Partial least squares-structural equation modeling in hospitality and tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(3), 238-248.
- Robinson, D., Newman, S. P., & Stead, S. M. (2019). Communityperceptions link environmental decline to reduced support for tourism developmentin small island states: a case study in the Turks and Caicos Islands. *Marine Policy*, 108, 103671.
- Romani, S., Grappi, S., Zarantonello, L., & Bagozzi, R. P. (2015). The revenge of the consumer! How brand moral violations lead to consumer anti-brand activism. *Journal of Brand Management*, 22(8), 658-672.
- Roslan, Z., Ramli, Z., Shin, C., Choy, E. A. & Razman, M. R. (2017). Local community perception on the importance of cultural-natural heritage protectionand conservation: Case study in Jugra, Kuala Langat, Selangor, Malaysia. *Journal of Food, Agriculture & Environment*, 15(2):107-110.
- Shah, A. M., Yan, X., Shah, S. A. A., & Ali, M. (2020). "Customers' Perceived Value and Dining Choice Through Mobile Apps İn Indonesia.", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Singh, S. P. (2006). "Tourism in Destinastion Communities", Sustainable Tourism, (Ed.Shailini Sigh, Dallen Timothy, Ross K. Dawling), Cabi Publishing, London, s.176.
- Suntikul, W., Pratt, S., Kuan, W. I., Wong, C. I., Chan, C. C., Choi, & W. L., Chong, O. F. (2016). Impacts of tourism on the quality of life of local residents in Hue, Vietnam. *Anatolia*, 27(4), 405-420.
- Seçilmiş, C., Özdemir, C., & Kılıç, İ. (2022). How travel influencers affect visit intention? The roles of cognitive response, trust, COVID-19 fear and confidence in vaccine. *Current Issues in Tourism*, 25(17), 2789-2804.
- Terzić, A., Jovičić, A. & Simeunović-Bajić, N. (2014). Community role in heritagemanagement and sustainable tourism development: Casestudy of the Danube Regionin Serbia. *Transylvanian Reviewof Administrative Sciences*, Special Issue:183-201.
- Wilkinson, D. (2002), *Environment and Law*, Routledge, New York.
- Williams, J. & Lawson, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, 28 (2), 269-290.
- Yoon, Y., Gursoy, D. & Chen, J.S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism Management*, 22 (4), 363-372.
- Zhao, X., Lynch Jr, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of consumer research*, 37(2), 197-206.



**Destek bilgisi:** Bu çalışmanın hazırlanması süresince herhangi bir bireyden ya da kurumdan aynı ya da nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazarlar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm Akademik Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

**Bilgilendirilmiş Onam Formu:** Yazarlar kendi rızası ile çalışmaya dâhil olmuştur.

**Etik Kurul Onayı:** Bu araştırmada kullanılan verilerin toplanması için gerekli olan etik kurul onayı, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi 05.04.2023 tarihli 2023-05 sayılı kararı ile “Etik Kurulu Onayı” alınmıştır.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** 1. Yazar = 50% 2. Yazar= 50%

## EXTENSIVE SUMMARY

**Why Do Local People Support the Development of Tourism? Stimulus-Organism-Response Theory**

Elif ŞENEL, İlker KILIÇ\*

**Introduction**

The research conducted in the literature regarding the effect of tourism on the local people and the perception created in their minds (Nunkoo & Ramkissoon 2011; Rasoolimanesh & Jaafar 2016; Liang et al., 2021) examined the perceived effects of tourism under three headings; social, environmental and economic. Whereas the support of the local people for the developments in the tourism sector is considered to depend on these three factors, it is clear that the structural effects resulting from the interaction between tourism and local people have not been examined well. Moreover, the support and attitude of the local people towards the developments in the tourism sector have generally been studied within the scope of the Social Exchange Theory (Al-Badarneh & Al-Makhadmeh; 2015). Although this theory has been commonly used, it may fail to explain the perceptions of the local people (Hadinejad et al., 2019). Therefore, it has been necessary to test new approaches and theories and conduct research in this area to find out why the local people support the development of tourism.

The Stimulus-Organism-Response theory (SOR), which aims to explain the cognitive and emotional behaviours of individuals affected by environmental factors, measures the reactions caused by the effects of stimuli on processes (Shah et al., 2020) and stands out as a theory that previously had no use in the relationship between local people and tourism. All these details make it clear that this issue needs further investigation. To fill the current gap in the literature, this research has been designed to come up with a response to the research question “Why do local people support the development of tourism?” in line with the Stimulus-Organism-Response theory. This research aimed to find out why local people support tourism development in line with the stimulus-organism-response theory and their perceptions about this issue. In line with the results obtained, the expectations of the local people towards the tourism sector will be made clear, and based on this, relevant recommendations will be provided about what local governments can do in cooperation. In addition, this research is expected to play a guiding role in the academic processes related to the fact that the perceptions and attitudes of local people towards tourism and the effects of tourism can

be examined within the scope of an important theory such as stimulus-organism-response theory, other than the theory of social exchange.

**Method**

Least squares-based structural equation modelling (Smart-PLS) was used to test the research hypotheses. There are many reasons for this. Smart-PLS is a useful tool for testing complex models (Rasoolimanesh & Ali (2018). In addition, Smart-PLS is also a convenient tool for analyzing the data collected with sequential scales such as the Likert type scale, and it is also very effective and efficient for explanation and prediction (Hair et al., 2017). Therefore Smart-PLS was considered an appropriate analysis tool in this research.

To measure the macroeconomic value (4 items), cultural value (4 items), socio-economic value (3 items) and environmental value (2 items) perceived by the local people in the research, the expressions developed by Ganji et al. (2021) were adapted and used. To measure the attitude of local people towards tourism, the scale developed by Moghavvemi et al. (2017) (6 items) has been adapted and used in the study. Finally, the scale developed by Erul et al. (2020) was adapted and used (2 expressions) to measure the support for tourism. The research scales used a 5-point Likert style rating (1: Strongly disagree 5: Strongly agree). As all of the scales used in the research were taken from the literature in the English language, Brislin's (1970) three-stage approach was used in the translation of the scales. Before the collection of the data, “Ethics Committee Approval” was received from Eskişehir Osmangazi University, No. 2023-05 dated 05.04.2023

The research data were collected using the convenience sampling method with the use of a survey technique. Research questionnaires were administered between the dates of January 2023 and March 2023. The universe of the research consists of the people living in Eskişehir province, which has become a popular attraction, especially among domestic tourists and where the number of tourists visiting the destination is increasing day by day. As the total number of people living in Eskişehir province is about 900 thousand people (Nüfus, 2023), it was decided that at least 384 people (Altunışık et al., 2017) should fill out the survey. For this purpose, 500 questionnaires were distributed and 432 of them were returned. However, since 22 of them had some missing details, further analyses were carried out with the remaining 410 questionnaires. Finally, the ethics committee approval required for the research was obtained with the decision in the 2023-05 meeting of the Human Ethics Committee of Eskişehir Osmangazi University's Social and Humanities held on Jul 05.04.2023.

\* Corresponding author at: Eskişehir Osmangazi University, Tourism Management Department  
E-Mail Address: ilker.kilic@ogu.edu.tr

### Discussion and suggestions

According to the results of the research, one of the main factors affecting the support of local people for tourism was found to be the attitude of the people towards tourism. Any positive increase in their attitudes towards tourism will increase their support for tourism proportionally. In addition, the attitudes towards tourism are also increased by the fact that local people receive cultural, socio-economic and environmental value from tourism. The current results indicate that the more value the local people gain from tourism, the higher their positive attitude and support will be towards tourism. The findings in the literature claim that local people are affected by tourism environmentally (Aref et al., 2009; Gunjić, 2017), socio-economically (Lee, 2013), and culturally (Suntikul et al., 2016; Kılıç & Şenel, 2021), and this increases attitudes and support of local people towards tourism, and these findings are in line with the findings of this research. Contrary to these results, the macroeconomic value was found not to have affected the attitude towards tourism positively and significantly. This can be explained by the fact that the local people are not affected by tourism at the macroeconomic level. In addition, this result also reveals that tourism investments cannot directly generate economic income for the benefit of local people. Considering the mediation results, the attitude towards tourism mediates the support for the development of tourism in the cultural, socio-economic and environmental value perceived by the local population, while the macroeconomic value does not mediate the support for the development of tourism. As a result, the attitude towards tourism appears as an important factor in the support for tourism.

The research model in this study was based on the stimulus-organism-response (SOR) theory. The S-O-R theory has been studied at the national (Kılıç & Seçkin, 2022) and international levels (Seçkin et al., 2022) in the literature to explain behaviour in tourism research. In this research, the model explaining the support of local people for the development of tourism was built on the S-O-R theory and was largely accepted. It could be claimed that this research has helped the theory to gain a different perspective on this aspect.

The recommendations presented to tourism stakeholders for the destinations in the context of the research results are as follows;

- It should be ensured that the local people, which is one of the main factors for the development of tourism, are considered and covered in tourism and earn income from an economic perspective.
- Various policies should be developed to spread the income from tourism to the public.

- Local people should be allowed to have a role in tourism planning in some way.
- The environmental, cultural and socio-economic values created by tourism should be increased.
- While tourism is being developed in a region, the protection of regional and cultural values should be paid more attention.

In light of all this information, the research has contributed to both the literature and the theory using the S-O-R theory to measure the behaviour of local people. In addition, the suggestions presented in this study are considered to give practitioners new perspectives. The main limitation of the research is that it was conducted in Eskişehir province. Future studies are recommended to measure the antecedents of the support of local people for the development of tourism by different factors in different destinations in line with the S-O-R theory. The S-O-R theory is also recommended to measure tourist behaviour towards destinations.

Based on all these details;

It was concluded that *"If local people are positively affected by tourism economically, socially, culturally and environmentally, their support for tourism will increase,"*



# Turizm Akademik Dergisi

## Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



## Destinasyon Planlamasında SWOT Analizi: İzmir Üzerine Sistemik Alanyazın Taraması\*

Hümevra DOĞRU DAŞTAN<sup>a\*\*</sup>

<sup>a</sup> Greenwich Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Yönetim ve Pazarlama Bölümü, Londra, İngiltere, E-mail: h.dogrudastan@greenwich.ac.uk,

ORCID: 0000-0002-3595-1274

### Öz

İzmir doğal güzellikleri, tarihi zenginlikleri ve iklimi ile önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Buna karşın, Akdeniz çanağındaki diğer destinasyonlarla kıyaslandığında gelen ziyaretçi sayısı, kalış süresi ve harcama miktarı açısından bu potansiyelini yeterince kullanmadığı görülmektedir. Bu araştırmanın amacı sistemik alanyazın taraması ile İzmir'in turizm açısından sahip olduğu güçlü ve zayıf yönler ile İzmir'de turizm gelişimi için fırsat yaratacak unsurları ve tehdit yaratacak faktörleri ortaya çıkarmaktır. Bu kapsamda TR Dizin ve Web of Science veri tabanlarında yapılan arama sonucunda öz kısmında "İzmir" ve "turizm" kelimelerini içeren 61 makaleye ulaşılmıştır. Araştırmada doküman analizi yöntemi benimsenerek veri analizi sürecinde Microsoft Excel ve SPSS programlarından yararlanılmış ve makaleler içerik analizine tabi tutulmuştur. Araştırma bulguları incelenen makalelerin özellikleri, güçlü ve zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler olmak üzere beş ana başlıkta özetlenmiştir. Bu çalışmada ortaya çıkarılan güçlü ve zayıf yönler ile tehdit ve fırsatların ilgili alanyazına katkı sağlaması ve bulgular doğrultusunda dile getirilen önerilerin hem karar alıcılar hem de uygulayıcılar için yol gösterici olması beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** İzmir, turizm, SWOT analizi, alanyazın incelemesi.

### SWOT Analysis in Destination Planning: A Systematic Literature Review on Izmir

#### Abstract

Despite having natural resources, rich history, and a favorable climate, İzmir has not been able to fully utilize its tourism potential in terms of visitor numbers, length of stay, and expenditure compared to other destinations in the Mediterranean region. The purpose of this research is to identify İzmir's strengths and weaknesses in tourism, as well as the opportunities and threats that will create or hinder tourism development in İzmir through a systematic literature review. As a result of the search conducted in the TR Index and Web of Science databases, 61 articles containing the keywords "İzmir" and "tourism" in the abstract section were reached. The document analysis method was adopted in the research. In the study, Microsoft Excel and SPSS programs were utilized in the data analysis process, and the articles were subjected to content analysis. The research findings were summarized under five main categories: characteristics of the reviewed articles, strengths, weaknesses, opportunities, and threats. It is expected that the strengths and weaknesses, as well as the opportunities and threats identified in this study, will contribute to the relevant literature and that the recommendations made in line with the findings will guide both decision-makers and practitioners.

**Keywords:** İzmir, tourism, SWOT analysis, literature review.

JEL CODE: L52, L83, O18

*Makalenin Geçmişi:*

Gönderim Tarihi : 11.06.2023

Düzeltilme : 28.08.2023

Kabul : 19.09.2023

Makale Türü : Derleme Makalesi

Doğru Daştan, H. (2023). Destinasyon Planlamasında SWOT Analizi: İzmir Üzerine Sistemik Alanyazın Taraması, Turizm Akademik Dergisi, 10 (2), 265-284.

\* Bu araştırma etik kurul kararı gerektirmeyen araştırmalar arasında yer almaktadır.

\*\* Sorumlu yazar e-posta: h.dogrudastan@greenwich.ac.uk

## GİRİŞ

Dünya Turizm Örgütü'nün (2020) verilerine göre 2019 yılında uluslararası turist hareketliliği bakımından dünyada altıncı sırada yer alan Türkiye, aynı yıl içinde 51,2 milyon yabancı turist tarafından ziyaret edilmiştir. Aynı yıl İzmir'de konaklayan yabancı turist sayısı ise 1,42 milyon olup İzmir, bu açıdan Antalya, İstanbul ve Muğla'dan sonra Türkiye'nin en fazla yabancı turist ağırlayan dördüncü ili konumundadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022). İzmir, başta deniz ve kıyı turizmi olmak üzere kültür turizmi, kongre ve fuar turizmi, sağlık turizmi ve eko-turizm gibi alternatif turizm türleri açısından ziyaretçilerin ilgisini çeken bir destinasyondur. Buna karşın İzmir'in rakibi olabilecek ve kendi nüfuslarından fazla turist çeken Akdeniz çanağındaki diğer destinasyonlarla (Barselona, Atina, Marsilya, vb.) kıyaslandığında İzmir'e gelen yabancı turist sayısının yetersiz olduğu görülmektedir (İzmir Vakfı, 2021).

Stratejik destinasyon planlamasının en önemli aşamalarından birisi destinasyonların SWOT analizinin yapılmasıdır. Böylece destinasyonların sahip olduğu güçlü ve zayıf yönler ile destinasyonun karşılaşılabileceği fırsat ve tehditler ortaya konulmaya çalışılmaktadır (Acar, Avcı & Erat, 2017: 1337). Aynı zamanda stratejik yönetimde en sık kullanılan yöntemlerden birisi olan SWOT analizi, bir turizm destinasyonu ve çevresi tarafından gösterilen iç potansiyelin güvenilir bir şekilde teşhis edilmesine yardımcı olurken, bir devlet, yerel yönetim ya da işletme birimi (pazarlama, finans, lojistik, vb.) tarafından yerine getirecek herhangi işlemlerle ilgili genel ya da kısmi stratejiler oluşturmak için kullanılmaktadır (Goranczewski & Pucito, 2010:48). Alan yazında birçok araştırmacı farklı konularda SWOT analizi yapmak amacıyla sistematik literatür taraması yöntemini kullanmıştır (Bonfante ve ark, 2021; Keshta ve ark, 2022; Paes ve ark, 2019). Bu çalışmada da İzmir'deki turizm sektörünün SWOT analizini yapmak amacıyla sistematik alanyazın taramasının seçilmesinde ve içerik analizinin gerçekleştirilmesinde bu çalışmalar yol gösterici olmuştur.

Bu araştırmanın amacı, İzmir'de turizmin güçlü ve zayıf yönlerini belirleyerek sahip olduğu fırsatları ve karşılaştığı tehditleri ortaya çıkarmaktır. Araştırma kapsamında ulusal ve uluslararası alanyazının incelenmesi sonucu elde edilen veriler için içerik analizi ile Güçlü Yönler (Strengths), Zayıf yönler (Weaknesses), Fırsatlar (Opportunities) ve Tehditler (Threats) kelimelerinin baş harflerinden oluşan SWOT analizi gerçekleştirilmiştir. Mevcut alanyazında birçok araştırmacı İzmir'in turizm açısından hak ettiği yeri göremediğini ve potansiyelini tam olarak kullanmadığını vurgulamaktadır (Baykal ve Ataberk, 2020; Mirza, 2016;

Okuyucu, 2020). Dolayısıyla İzmir'i konu alan makalelerin kapsamlı bir analizinin yapılarak İzmir'in turizm açısından güçlü ve zayıf yönleri ile İzmir'in turizm gelişimi açısından oluşabilecek fırsat ve tehditlerin ortaya konulması önem arz etmektedir. Alanyazın açısından İzmir'de turizmin SWOT analizinin yapılması alanyazına katkı sağlarken, destinasyon yönetiminde etkili olan karar alıcılar ve uygulayıcılar için ortaya çıkan bulgular doğrultusunda listelenen öneriler İzmir'de turizm gelişimi için yapılacaklar konusunda yol gösterici olacaktır.

## SWOT ANALİZİ VE DESTİNASYON PLANLAMASINDAKİ YERİ

SWOT analizi incelenen işletmenin, ürünün ya da destinasyonun sahip olduğu güçlü ve zayıf yönleri ile dış çevrede karşı karşıya kalınabilecek fırsat ve tehditlerin listelendiği bir tekniktir. Güçlü ve zayıf yönler işletme tarafından kontrol edilebilen ve değiştirilebilen iç çevre ile ilgili iken, fırsatlar ve tehditler işletme tarafından kontrol edilemeyen dış çevre unsurlarıdır (Ritonga ve ark., 2018: 1621). SWOT, iş çevresinden kaynaklanan ve bir organizasyonun strateji geliştirme üzerinde etkisi olması en muhtemel stratejik kabiliyetlerinden ortaya çıkan temel konuları özetlemektedir. Bu analiz aynı zamanda, stratejik seçenekler oluşturmak ve gelecekteki eylem planlarını değerlendirmek için de temel oluşturarak işletmeye fayda sağlamaktadır. SWOT analizinde amaç, güçlü ve zayıf yönlerin iş ortamında meydana gelen değişikliklerle ne ölçüde ilgili olduğunu veya bunlarla ne ölçüde başa çıkabileceğini belirlemektir (Johnson, Scholes & Whittington, 2008: 119).

Strateji üretmek, yöneticilerin şirketin rekabet yeteneğini etkileyen hem iç hem de dış faktörleri denetlemesini gerektiren, organizasyonun rekabetçi durumunu şekillendiren koşulları, güçleri, olayları ve sorunları anlamakla başlar (Daft, 2014 :258). Goranczewski & Pucito'ya (2010: 49) göre işletmeler tarafından kullanılan en önemli stratejik planlama araçlarından biri olan SWOT analizinde tüm iç ve dış faktörler olumlu veya olumsuz olarak değerlendirilir ve konumlandırılır (Tablo 1). Yöneticiler dış çevreyle ilgili bilgileri müşteriler, hükümet raporları, profesyonel dergiler, tedarikçiler, bankacılar, diğer kuruluşlardaki arkadaşlar, danışmanlar veya dernek toplantıları dahil olmak üzere çeşitli kaynaklardan alırken, şirket içi güçlü ve zayıf yönlerle ilgili bilgileri ise bütçeler, finansal oranlar, kâr ve zarar tabloları ve çalışan tutumları ve memnuniyeti anketleri dahil olmak üzere çeşitli raporlardan temin etmektedirler (Daft, 2014 :258-259).

*Güçlü yönler* işletmenin stratejik performans hedeflerine ulaşmak için yararlanabileceği olumlu iç özelliklerdir (Daft, 2014 :259). Güçlü yönler aynı zamanda rekabet avantajı anlamına gelmektedir. Örgüte değer



**Tablo 1.** SWOT Matrisi

	<b>Olumlu Faktörler</b>	<b>Olumsuz Faktörler</b>
<b>İç Çevre İle İlgili Unsurlar</b>	Güçlü Yönler (Strengths)	Zayıf Yönler (Weaknesses)
<b>Dış Çevre İle İlgili Unsurlar</b>	Fırsatlar (Opportunities)	Tehditler (Threats)

**Kaynak:** Goranczewski & Pucito, 2010: 49

katan, olumlu ve örgütü diğerlerinden ayıran özellikleri ifade etmektedir. Destinasyon açısından bakıldığında güçlü yönler, doğal özellikler, kültürel zenginlikler, kültürel miras ve insan yapımı cazibe merkezleri, iyi kurulmuş eğlence tesisleri ve altyapısı, yetkin insan kaynakları ve profesyonel hizmet sağlayıcılar gibi benzersiz turizm avantajlarını ve turizm destinasyonunda destinasyonun diğer ayırt edici özelliklerini kapsamaktadır (Rebuya ve Gasga, 2022: 5). *Zayıf* yönler işletmenin performansını engelleyebilecek veya kısıtlayabilecek iç çevredeki dahili unsurlardır (Daft, 2014 :259). Dolayısıyla zayıflıklar operasyon için dezavantajlı bir şey olarak görülen faktörlerdir. Bu nedenle olumsuz ve elverişsiz olarak nitelendirilmektedir. Turizm destinasyonu açısından zayıf mali durum ve devlet desteği, turizmle ilgili yetersiz altyapı, yetersiz insan kaynakları ve yetersiz teknik uzmanlık ve yerel halk desteğinin olmaması gibi unsurlar zayıf yönler olarak verilebilir. Turizm destinasyonundaki bu tür zayıflıklar destinasyon gelişimini engelleyen faktörler olarak karışımıza çıkmaktadır (Rebuya ve Gasga, 2022: 5).

*Fırsatlar*, işletmenin stratejik hedeflerini gerçekleştirmesine veya aşmasına yardımcı olma potansiyeline sahip dış çevreyle ilgili unsurlardır (Daft, 2014 :260). Fırsatlar bir imkan ve itici güç olarak nitelendirilebilir. Karakteristik olarak olumlu sonuç veren ve elverişli olan faktörlerdir. Destinasyonlar açısından bakıldığında turizm mevzuatındaki olumlu değişiklikler, ekonomik büyümenin hızlanması, turizm pazarındaki durumun iyileşmesi, daha iyi ulaşım bağlantıları, teknolojik ilerleme ve artan yatırımlar bunlara örnek olarak gösterilebilir (Rebuya ve Gasga, 2022: 5). Diğer taraftan, *tehditler*, işletmenin stratejik hedeflerine ulaşmasını engelleyebilecek dış çevredeki unsurlardır (Daft, 2014 :260). Tehditler, faaliyetin gerçekleşmesini riske atabilecek dezavantajlı durumları ifade etmektedir. Bunlar, örgütsel verimliliği ve etkililiği engelleyebilecek faktörlerdir. Destinasyon açısından turist tercihlerindeki değişiklikler, ekonomik durgunluk, pandemi, sınır ötesi trafik ve seyahat kısıtlamaları, iklim değişikliği ve kirlilik, doğal afetler ve diğer olumsuz öngörülemez olaylar tehditlere örnek olarak verilebilir (Rebuya ve Gasga, 2022: 5).

Wehrich (1982: 54) SWOT analizine içsel ve dışsal faktörlerin farklı kombinasyonlarından oluşan dört boyutlu bir yaklaşım getirmiştir ve bunu da TOWS

Matrisi olarak isimlendirmiştir. Bu boyutlar aşağıdaki gibi özetlenebilir (Goranczewski & Pucito, 2010: 50; Rebuya ve Gasga, 2022: 6):

1. *Güçlü Yönler – Fırsatlar (Strengths – Opportunities -SO) – Maksi-maksi (genişleme) stratejisi:* Bu işletmenin içindeki güçlerin ve çevresindeki fırsatların egemen olduğu bir stratejidir. Bu durumda, güçlü pazar genişlemesi ve çeşitlendirilmiş gelişme elde etme girişimleri yoluyla çevreden gelen fırsatlardan yararlanmak için güçlü yönler kullanılmalıdır. Eşsiz turizm avantajlarına sahip bir turizm destinasyonu, örneğin iç turizm talebinin hızla arttığı koşullarda, modern turizm altyapısını genişleterek ve yoğun tanıtım faaliyetleri üstlenerek agresif bir pazar penetrasyon stratejisi uygulayabilir.
2. *Zayıf Yönler – Fırsatlar (Weaknesses – Opportunities- WO) – Mini-maksi (rekabetçi) stratejisi:* Bir işletmenin sistemdeki zayıflıklarını giderirken elindeki fırsatlardan yararlanması gereken bir stratejidir. Turizmde, artan turizm talebi göz önüne alındığında, üstün fiziksel özelliklerine sahip olan ancak mevcut konaklama işletmelerinin ziyaretçiyi memnun etmeyen kalitesiz hizmet sunduğu bir destinasyon hizmetlerini profesyonel seminerler, eğitimler ve çalıştaylar yoluyla geliştirmeye veya rekabet yerine iş birliği için bazı stratejik ortaklar bulma yoluna gitmesi buna örnek olarak verilebilir.
3. *Güçlü Yönler – Tehditler (Strengths – Threats – ST) – Maksi-mini (tutucu) stratejisi:* Bu durumda, işletme güçlü bir iç potansiyele sahiptir, ancak olumsuz dış faktörlere maruz kalmaktadır. Bu stratejide işletmenin güçlü yanlarını en iyi şekilde kullanarak tehditlerin üstesinden gelmesi gerekmektedir. Örneğin, turizm hizmetlerine yönelik iç talebin azaldığı koşullarda, destinasyon, yenilikçi turizm ürünlerini piyasaya sürerek, turizm talebinin daha düşük gelir esnekliği ile ziyaretçi çekmeye veya alternatif turizm türlerinden birini (iş, sağlık, vb.) teşvik etmeye çalışabilir.
4. *Zayıf Yönler – Tehditler (Weaknesses – Threats – WT) – Mini-mini (savunmacı) stratejisi:* Bu

durum, işletmeler için olumsuz ve elverişsiz bir durum olarak kabul edilmektedir. Aynı zamanda bir organizasyonun veya turizm destinasyonunun üstesinden gelmesi gereken en kötü senaryo olarak kabul edilir. Örneğin, turizmde, pandemi tehdidi ve destinasyondaki yetersiz turizm ürünü arzı, endüstrinin işleyişini olumsuz etkileyebilir. Dolayısıyla, bu açıdan hükümetin ve özel sektörün rolü, örgütsel ve çevresel zorluklarla mücadele etmek için gereklidir.

SWOT analizine farklı bir yaklaşım da Collins-Kreiner ve Wall (2007) tarafından getirilmiştir. Collins-Kreiner ve Wall (2007: 52) turizm potansiyelini ulusal seviyeden başlayıp bölgesel seviyeye incek ve destinasyonda sona erecek şekilde üç seviyeli olarak incelemiştir. Birinci boyut SWOT analizini, ikinci boyut ulusal, bölgesel ve yerel araştırmayı, üçüncü boyut ise kültürel, ekonomik, coğrafik, politik, çevresel, psikolojik ve altyapısal açıları kapsamaktadır. Ancak modelin ikinci boyutunda küresel düzey ele alınmamaktadır. Alanyazında SWOT analizini destinasyonlar veya ülkeler boyutunda uygulayan mevcut araştırmaların birçoğu alanda gözlem, karar alıcılarla görüşmeler ya da yerel halka uygulanan anketleri içeren nicel ya da nitel yöntemleri benimsemektedirler (Agrawal, 2016; Collins-Kreiner & Wall, 2007; Rebuya ve Gasga, 2022). Ayrıca, birçok araştırmacı alternatif turizm türlerinin değerlendirmesinde SWOT analizi tekniğini kullanmıştır (Akca, 2006; Sariisik, Turkyay & Akova, 2011; Wilkins & Hall, 2001). Bu kapsamda İzmir destinasyonunun turizm açısından SWOT analizini gerçekleştirmede sistematik alanyazın taraması yöntemini benimsenmesi ise bu araştırmanın yeniliğini oluşturmaktadır.

## YÖNTEM

Bu çalışmada İzmir ilinin turizm açısından SWOT analizinin ortaya konulması amacıyla sistematik alanyazın taraması yapılmıştır. Sistematik alanyazın taraması, yeni kavramsal çerçeveler için platformlar sağlamada, çeşitli sonuçları bütünlendirmede ve bir alanın anlık görüntüsünü sunmada anahtar yöntemlerden birisidir (Palmatier, Houston & Hulland, 2018: 1). Halihazırda alanyazında İzmir ve turizm üzerine birçok çalışma bulunmaktadır. Bu nedenle, bu çalışmada da daha önceki çalışmalardaki İzmir'de turizm sektörünün güçlü ve zayıf yönleri ile İzmir'de turizm gelişimini etkileyebilecek fırsat ve tehditlerle ilgili sonuçları harmanlamak ve bütüncül bir resim ortaya koymak amacıyla sistematik literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem kapsamında belirli bir araştırma sorusu, temel alan, teorik yaklaşım veya metodoloji değerlendirilmesi için ilgili literatür dikkatlice belirlenmekte, sentezlenmekte ve böylece okuyuculara araştırma ko-

nusu hakkında detaylı bir anlayış sunulmaktadır (Palmatier ve ark., 2018: 1).

Çalışmada hem Türkçe hem de İngilizce alanyazındaki makalelere ulaşabilmek amacıyla TR Dizin ve Web of Science veri tabanlarında yayınlanan ve başlık, öz ve anahtar kelimeler kısımlarında "İzmir" ve "turizm" anahtar kelimeleri ile gelişmiş arama yapılmıştır. TR Dizin veri tabanının seçilme sebebi TR Dizin'de yer alan dergilerin ULAKBİM TR Dizin uzmanları ile ilgili konu alanlarındaki uzman ve akademisyenlerden oluşan komiteler tarafından Dergi Değerlendirme Kriterlerine bağlı olarak seçilmesidir (TR Dizin, 2022). Web of Science ise 1900'den günümüze kadar küresel ölçekte bilimsel içerik, etki ve işbirlikleri hakkında önemli bir veri hazinesi içeren uluslararası bir veri tabanıdır (Clarivate, 2023).

TR Dizin veri tabanında yapılan arama süreci sonunda 2006 – 2022 yılları arasında yayınlanmış ve öz kısmında "İzmir" ve "turizm" anahtar kelimelerini içeren toplam 62 makaleye ulaşılmıştır. Web of Science veri tabanında yapılan aramada ise 21 makalenin belirlenen kriterleri sağladığı görülmüştür. Ulaşılan makaleler sadece konuyla ilgili makalelerin araştırmaya dahil edildiğinden emin olmak amacıyla sırasıyla başlık, özet ve tam metin olarak taranmıştır. Taranan makalelerin 22'si konuyla alakalı olmadığından, SWOT analizi için gerekli, faydalı ve işlevsel veriyi içermediğinden veya açık erişime sahip olmadığından değerlendirmeye alınmamıştır. Sonuç olarak toplam 61 makale içerik analizine tabi tutulmuştur. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi kullanılmıştır. Veri analizi sürecinde Microsoft Excel ve SPSS programlarından yararlanılmıştır. Öncelikle makalelerin yayımlandığı dergi, araştırma alanı, yılı, yöntemi ve örneklem büyüklüğü ile ilgili bilgiler SPSS programına girilmiş ve frekans analizi yapılmıştır. Sonrasında makalelerle güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditlere yönelik bilgi sağlayan anahtar cümleler Microsoft Excel programına kaydedilmiş ve sonrasında içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizi sonrasında kategoriler oluşturulmuş ve analiz süresince kategoriler sürekli güncellenerek son haline getirilmiştir. Çoklu destinasyona yönelik yapılan çalışmaları içeren makalelerde sadece İzmir'le ilgili cümleler analize tabi tutulmuştur.

## BULGULAR

### Makalelerin Özellikleri

Araştırma kapsamında analize tabi tutulan makalelerin yayımlandığı dergiler, yıl aralıkları, araştırma alanları, makalelerde uygulanan yöntem ve örneklem büyüklüklerine dair bulgular Tablo 2'de yer almaktadır. İzmir ilindeki turizm sektörüyle ilgili makalelerin en fazla yayımlandığı ilk üç dergi sırasıyla Journal of Tou-

rism & Gastronomy Studies, International Journal of Contemporary Economics & Administrative Sciences ve Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'dir. Makalelerin büyük bir çoğunluğu 2018 - 2022 yılları arasında yayınlanmıştır. Makalelerin araştırma alanları sırasıyla destinasyon pazarlaması ve konaklama sektörünü ile sağlık turizmi, kültür turizmi, etkinlik turizmi ve gastronomi turizmi gibi alternatif turizm türlerine odaklanmaktadır. Makalelerde en fazla kullanılan yöntem nitel araştırma yöntemleri olan görüşme ve doküman analizidir. Makalelerin önemli bir kısmı ise 99 ve daha az sayıda örneklem büyüklüklerine sahiptir.

Bunlar arasında geniş doğal alanları (Güvenol ve Sarıbaş, 2022: 2367), sahil kıyı şeridinin uzun olması (Özoğul, 2020: 2), mavi bayraklı plajları (Baykal ve Ataberk, 2020: 5), flora ve faunası (Taş Gürsoy ve Sonuç, 2020: 1814) ile jeotermal kaynakları (Kılıcı, Özdağoğlu ve Güler, 2020: 144) en fazla vurgulanan doğal güzelliklerdir. Ayrıca İzmir'in alternatif turizm türleri açısından yüksek potansiyeli araştırmacılar tarafından en fazla dile getirilen güçlü yönlerden biridir. İzmir, sağlık turizmi (Çubuk, 2022: 152), inanç turizmi (Okuyucu, 2020: 2613), kruvaziyer turizmi (Savaşır, 2020: 60), şarap

**Tablo 2.** İncelenen Makalelerin Özellikleri (n=61)

<i>Makalelerin yayımlandığı dergiler</i>	<i>Sayı</i>	<i>Araştırma alanı</i>	<i>Sayı</i>
Journal of Tourism & Gastronomy Studies	7	Destinasyon pazarlaması	14
International Journal of Contemporary Economics & Administrative Sciences	6	Sağlık turizmi	6
Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi	4	Kültür turizmi	6
Yaşar Üniversitesi E-Dergisi	4	Konaklama sektörü	5
Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi	2	Etkinlik turizmi	5
Ege Coğrafya Dergisi	2	Gastronomi turizmi	5
Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi	2	Kırsal turizmi	5
Turkish Studies	2	Macera turizmi	4
PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural	2	İnanç turizmi	4
Coğrafya Dergisi	2	Turizm eğitimi	2
Diğer*	28	Diğer alanlar	5
<i>Yıl aralığı</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yöntem</i>	
2003 - 2007	2	Nitel	30
2008 - 2012	6	Nicel	21
2013 - 2017	21	Kavramsal çalışma	9
2018 - 2022	32	Karma yöntem	1
<i>Veri tabanı</i>	<i>Sayı</i>	<i>Örneklem büyüklüğü</i>	
TR Dizin	44	99 ve daha az	32
Web-of-Science	17	100 - 249	7
		250 - 499	9
		1000 ve daha fazlası	3
		Uygulanabilir değil	10

\*Diğer, değerlendirmeye alınan ve konuyla ilgili yalnızca bir makale yayınlayan 28 farklı dergiyi ifade etmektedir.

**Kaynak:** Yazar tarafından oluşturulmuştur.

### Güçlü Yönler

Değerlendirmeye alınan makalelerin içerik analizi sonucunda İzmir'deki turizm sektörünün güçlü yönlerine yönelik ortaya çıkan bulgular Tablo 3'te özetlenmektedir. Yazarlar tarafından en fazla vurgulanan güçlü yön İzmir'in sahip olduğu doğal güzelliklerdir.

turizmi (Erdoğan ve Özdemir, 2018: 251) ve sörf turizmi (Göçmen ve Doğan, 2015: 7) gibi alternatif turizm türleri açısından zengin doğal ve tarihi kaynaklara sahip bir destinasyondur.

**Tablo 3.** İzmir'in Turizm Açısından Güçlü Yönleri

Doğal güzellikleri	Arsu ve Serin Karacaer (2021); Avcı (2018); Avcı ve Barışık (2015); Baykal ve Ataberk (2020); Çelik ve Çetinkaya, (2013); Doğru, Çelik ve Yılmaz (2019); Erul ve Woosnam (2022); Genç (2017); Göçmen ve Doğan (2015); Güvenol ve Sarıbaş (2022); Kargiglioğlu (2021); Kaymaz (2022); Kılıcı ve ark. (2020); Köşker, Albuz ve Ercan (2019); Merkez ve Yılmaz (2022); Mirza (2016); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özkan ve Sabancı (2014); Özoğul (2020); Savaşır (2020); Sayın, Yeğınboy ve Yüksel (2017); Sertkaya Doğan (2005); Taş Gürsoy ve Sonuç (2020); Ünal ve İpar (2020); Velibeyoglu (2016)
Alternatif turizm türleri potansiyelinin yüksek olması	Avcı ve Barışık (2015); Baykal ve Ataberk (2020); Çelik ve Çetinkaya (2013); Çubuk (2022); Erdoğan ve Özdemir (2018); Demir ve Sarıbaş (2012); Demir ve Sarıbaş (2015); Genç (2017); Göçmen ve Doğan (2015); Kargiglioğlu (2021); Kaymaz (2022); Merkez ve Yılmaz (2022); Mirza (2016); Okuyucu (2020); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özkan ve Sabancı (2014); Savaşır (2020); Sayın ve ark. (2017); Seçilmiş ve Sarı (2010); Sertkaya Doğan (2005); Tandoğan ve Avcı (2012); Ünal ve İpar (2020); Velibeyoglu (2016)
Tarihi eserleri ve yapıları	Arsu ve Serin Karacaer (2021); Baykal ve Ataberk (2020); Bozdağ (2022); Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Çelik ve Çetinkaya, (2013); Çetinkaya & Öter, (2015); Erul ve Woosnam (2022); Kargiglioğlu (2021); Kömürcü ve Sarıbaş (2016); Köşker ve ark. (2019); Merkez ve Yılmaz (2022); Mirza (2016); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özkan ve Sabancı (2014); Özoğul (2020); Savaşır (2020); Sayın ve ark. (2017); Sertkaya Doğan (2005); Tandoğan ve Avcı (2012); Taş Gürsoy (2020); Ünal ve İpar (2020); Velibeyoglu (2016)
İklimi	Avcı (2018); Avcı ve Barışık (2015); Çelik ve Çetinkaya, (2013); Erdoğan ve Özdemir (2018); Erul ve Woosnam (2022); Genç (2017); Güvenol ve Sarıbaş (2022); Kargiglioğlu (2021); Merkez ve Yılmaz (2022); Mirza (2016); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özoğul (2020); Ünal ve İpar (2020)
Zengin mutfak kültürü	Baykal ve Ataberk (2020); Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Erdoğan ve Özdemir (2018); Genç (2017); Kargiglioğlu (2021); Merkez ve Yılmaz (2022); Özkan ve Sabancı (2014); Savaşır (2020); Sertkaya Doğan (2005); Taş Gürsoy (2020); Taş Gürsoy ve Sonuç (2020); Ünal ve İpar (2020); Yentür ve Demir (2022)
Yıl boyu düzenlenen etkinlikler	Avcı ve Barışık (2015); Baykal ve Ataberk (2020); Boyraz ve Mutlu (2020); Coşar (2014); Çelik ve Çetinkaya, (2013); Dünder (2010); Erdoğan ve Özdemir (2018); Genç (2017); Göçmen ve Doğan (2015); Gunlu ve Lale (2015); Kargiglioğlu (2021); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Velibeyoglu (2016)
Sosyokültürel yapısı	Baykal ve Ataberk (2020); Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Çelik ve Çetinkaya, (2013); Dünder (2010); Genç (2017); Kargiglioğlu (2021); Mirza (2016); Özkan ve Sabancı (2014); Özoğul (2020); Ünal ve İpar (2020); Velibeyoglu (2016)



**Tablo 3 (devamı).** İzmir'in Turizm Açısından Güçlü Yönleri

Ulaşılabilirlik ve konum	Bozdağ (2022); Çelik ve Çetinkaya, (2013); DüNDAR (2010); Kargiglioğlu (2021); Kaymaz (2022); Merkez ve Yılmaz (2022); Mirza (2016); Sarioğlu, Avcıkurt ve Oflaz (2020); Özkan ve Sabancı (2014); Özoğul (2020); Taş Gürsoy (2020); Ünal ve İpar (2020); Velibeyoğlu (2016)
Üst yapı olanaklarının artması	Arsu ve Serin Karacaer (2021); Coşar (2014); Erdoğan ve Özdemir (2018); Karaçor ve Tanrısever (2020); Karamustafa ve Çeşmeci (2006); Kargiglioğlu (2021); Kaymaz (2022); Kervankıran (2014); Mirza (2016); Özkan ve Sabancı (2014); Paça ve Şahin (2021); Savaşır (2020); Sayın ve ark. (2017); Sertkaya Doğan (2005)
Cittaslow (Sakin şehir) unvanı alan destinasyonlar	Baykal ve Ataberk (2020); Coşar (2014); Deniz (2017); Erdoğan ve Özdemir (2018); Kargiglioğlu (2021); Taş Gürsoy (2020); Velibeyoğlu (2016)
Somut olmayan kültürel miras değerleri	Coşar (2014); Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Genç (2017); Merkez ve Yılmaz (2022); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Savaşır (2020); Taş Gürsoy (2020); Taş Gürsoy ve Sonuç (2020)
UNESCO Dünya Kültürel Miras Listesine giren antik kentleri	Arsu ve Serin Karacaer (2021); Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Mirza (2016); Özoğul (2020)
Coğrafi işaretli tescilli ürünleri	Erdoğan ve Özdemir (2018); Kargiglioğlu (2021)
İzmir'in DELICE Ağı üyesi olması	Erdoğan ve Özdemir (2018); Uluçay (2017); Velibeyoğlu (2016)
Güçlü sivil toplum örgütlerinin varlığı	Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); DüNDAR (2010); Kaymaz (2022); Merkez ve Yılmaz (2022)
Avrupa Konseyi Kültür Rotaları üyesi olarak kabul edilen zeytin rotası	Savaşır (2020)
Yerel halkın turizm gelişimine desteği	Avcı (2018); Taş Gürsoy (2020)
Eğitimli personeli istihdam tercihi	Saatçi ve Demirbulat (2015)

**Kaynak:** Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Alanyazındaki araştırmacılar tarafından en fazla vurgulanan bir diğer güçlü yön ise İzmir'in sahip olduğu tarihi eser ve ören yerleri (Kargiglioğlu, 2021: 1062), antik şehir ve anıtlar (Arsu ve Serin Karacaer, 2021: 348), köşkler, çeşmeler (Savaşır, 2020: 60) gibi sahip olduğu tarihi çekicilik unsurlarıdır (Ünal ve İpar, 2020: 846). Ayrıca İzmir ilinin yılın 12 ayı turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine uygun ılıman iklimi en çok dile getirilen güçlü yönlerden biridir. Bu özellik İzmir'i glamping (Güvenol ve Sarıbaş, 2022: 2370), kültür turizmi (Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç, 2021: 174), inanç turizmi, kongre turizmi ve kruvaziyer turizmi (Özkan ve Sabancı, 2014: 310) gibi alternatif turizm türlerinin gelişime uygun bir destinasyon haline getirmektedir.

İzmir'de birçok farklı medeniyetin hüküm sürmesi sayesinde Girit, Rum, Arnavut, Makedon, Arap, Boşnak, Levanten ve Sefarad mutfak kültürlerinin katkılarıyla oluşan zengin mutfak kültürü İzmir'in turizm sektörü açısından bir diğer güçlü yönüdür (Erdoğan ve Özdemir, 2018: 255; Kargiglioğlu, 2021: 1065). İzmir'de yıl boyunca düzenlenen festival, etkinlik ve fuarların olması İzmir'de turizm sektörünün gelişimi açısından avantaj sağlamaktadır (Boyraz ve Mutlu, 2020: 1771; Çelik ve Çetinkaya, 2013: 11; Genç, 2017: 12). Bunun yanı sıra İzmir'in kültürel ve sanatsal faaliyetlere uygun sosyokültürel yapısı (Kargiglioğlu, 2021: 1062), kaliteli sosyal yaşamı (Özkan ve Sabancı, 2014: 319) ve çok kültürlü etkileşime açık ve hoşgörülü yapısı (Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç, 2021: 168; Mirza, 2016: 755) İzmir'i turizm açısından güçlü bir destinasyon haline getirmektedir.



Araştırma bulgularına göre İzmir'e havayolu, demiryolu, denizyolu ve karayolu gibi tüm ulaşım çeşitleri ile ulaşılabilirliği (Kargiglioğlu, 2021: 1072) ile ilin coğrafi ve stratejik konumu (Baykal ve Ataberk, 2020: 4; Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç, 2021: 174; Çelik ve Çetinkaya, 2013: 10) turizm açısından önemli bir rekabet avantajı yaratmaktadır. Ayrıca son yıllarda yiyecek ve içecek işletmelerinin (Paça ve Şahin, 2021: 523), konaklama tesislerinin (Ünal ve İpar, 2020: 849) ve müzelerin sayı ve çeşitliliğinin artması, kaliteli ve eko-etiketli sahip tesislerin varlığı (Karaçor ve Tanrısever, 2020: 282) yazarlar tarafından vurgulanan güçlü yönlerden biridir (Erdoğan ve Özdemir, 2018: 263). Bunların yanı sıra Seferihisar'ın 2009 yılında, Foça'nın ise 2021 yılında Cittaslow (Sakin şehir) unvanlarını alması İzmir'in turizm gelişimi açısından önemli güçlü yönleri arasındadır (Coşar, 2014: 227; Deniz, 2017: 1407; Kargiglioğlu, 2021: 1063). Somut kültürel mirasa ek olarak halk dansları, gelenekler, folklor gibi İzmir'in sahip olduğu somut olmayan kültürel miras değerleri turistik çekicilik yaratan güçlü yönlerinden biridir (Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç, 2021: 182; Taş Gürsoy ve Sonuç, 2020: 1822).

İzmir'de bulunan en önemli antik kentlerden Bergama ve Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı ve Efes Antik Kentinin UNESCO Dünya Kültürel Miras Listesine alınması turizm açısından önemli bir rekabet avantajı oluşturmaktadır (Arsu ve Serin Karacaer, 2021: 350). İzmir'e ait coğrafi işaret tescilli ürünlerden 14 tanesinin menşe adı, 9 tanesinin ise mahreç işareti alması (Erdoğan ve Özdemir, 2018: 257), İzmir'in DELICE (Network of Good Food Cities of the World Dünya Gurme Şehirler Ağı) üyesi olması (Uluçay, 2017: 200) ve kültürel miras değerlerinin korunmasına yönelik güçlü sivil toplum örgütlerinin varlığı (Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç, 2021: 182) güçlü yönler arasındadır. Ayrıca İzmir kent merkezi dışında kalan zeytin rotasının Avrupa Konseyi Kültür Rotaları üyesi olarak kabul edilmesi (Savaşır, 2020: 66), yerel halkın turizm gelişimine desteği (Avcı, 2018: 166) ve turizm yöneticilerinin eğitimli personel istihdam etme isteği (Saatçi ve Demirbulat, 2015: 54) alanyazındaki araştırmacılar tarafından dile getirilen diğer güçlü yönler arasındadır.

### Zayıf Yönler

Çalışma kapsamında incelenen makalelerin içerik analizi sonucunda İzmir'in turizm açısından zayıf yönlerine yönelik ortaya çıkan bulgular Tablo 4'te gösterilmektedir. Alanyazındaki araştırmacıların önemli bir bölümü İzmir'in turizm açısından hak ettiği yeri görmediğini vurgulamışlardır. İzmir'in turizm potansiyelini tam olarak kullanmadığını (Ünal ve İpar, 2020: 860), turistlerin kalış sürelerinin kısa olduğunu, konaklama işletmelerinin doluluk oranlarının yetersiz olduğunu (Özkan ve Sabancı, 2014: 314), turistlerin harcama

miktarı ile turist profilinin istenen seviyede olmadığını dile getirmişlerdir (Baykal ve Ataberk, 2020: 6; Sayın ve ark., 2017: 300). Makalelerde vurgulanan bir diğer zayıf yön ise turizm paydaşlarının birlikte senkronize olamaması ve bütünleşik planlar çıkaramaması, mevcut planlar arasındaki koordinasyon eksikliği ile özel sektör, kamu, yerel halk gibi tüm paydaşların işbirliği içinde hareket etmemesidir (Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç, 2021: 182; Mirza, 2016: 765; Özkan ve Sabancı, 2014: 323). Bunlara ek olarak, başarısız ve birbirleriyle uyumsuz slogan ve logo seçimleri, markalaşma eksikliği (Köşker ve ark., 2019: 360), satış ağlarının yetersizliği (Özkan ve Sabancı, 2014: 318), işletmelerin sitelerinde çoklu dil seçeneğinin bulunmaması, web sitelerinin içerik açısından zengin olmaması ve interaktif dizayn edilememesi gibi sorunlar genel tanıtım ve reklam eksiklikleri kategorisi altında yer almaktadır (Kervankıran, 2014: 364; Özoğul, 2020: 7; Savaşır, 2020: 66; Uluçay, 2017: 205). Ayrıca bazı yazarlar tanıtım ve pazarlama çalışmalarında gastronomi turizmi, helal turizm, kırsal turizm gibi alternatif turizm türlerine yeterince yer verilmediğini dile getirmiştir (Kargiglioğlu, 2021: 1062; Sarıoğlan ve ark., 2020: 617).

Daha önce bahsedildiği gibi, bazı yazarlar İzmir'de üst yapı kapasitesinin yeterli olduğunu belirtirken, birçok araştırmacı İzmir'de üst yapı eksikliğinin İzmir'in turizm sektörü açısından zayıf yönlerinden birisi olduğunu vurgulamışlardır. Bu kategoride araştırmacılar konaklama tesisi sayısının yetersizliğini, yatak kapasitesinin azlığını (Göral ve Tengilimoğlu, 2020: 640), yiyecek ve içecek işletme sayısının yetersizliğini, yerel turizm ofislerinin eksikliğini (Baykal ve Ataberk, 2020: 11) ve depolarda bekleyen tarihi eserlerin sergilenebileceği büyük bir müzeye ihtiyaç olduğunu belirtmişlerdir (Özkan ve Sabancı, 2014: 322). Turizm sektöründe çalışacak eğitimli insan gücü eksikliği, iş gücü verimliliğinin az olması ve alanında uzmanlaşmış personel bulamama sorunu dile getirilen diğer zayıf yönlerdir (Baykal ve Ataberk, 2020: 10; Kervankıran, 2014: 364; Özkan ve Sabancı, 2014: 314). Ayrıca akademi ve sektör iş birliğinin zayıf olması (Köşker ve ark., 2019: 361; Taş Gürsoy ve Sonuç, 2020: 1822) ve özellikle alternatif turizm türleri için sertifikasyon gerçekleştiren kurum ve STK'ların azlığı zayıf yönlerden bazılarıdır (Genç, 2017: 14; Sarıoğlan ve ark., 2020: 617). İzmir merkezde ve İzmir'in ilçelerinde özellikle alternatif turizm türleri bakımından alt yapı eksikliği (Genç, 2017: 7), ilçelere ulaşımın zor olması (Özoğul, 2020: 7) ve İzmir'e birçok destinasyondan direk uçuşların olmaması (Mirza 2016: 756) İzmir'de turizm gelişimini engelleyen unsurlardandır.

**Tablo 4.** İzmir'in Turizm Açısından Zayıf Yönleri

Turizm potansiyelinin tam kullanılmaması	Baykal ve Ataberk (2020); Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Çetinkaya & Öter, (2015); Demir ve Sarıbaş (2012); Dündar (2010); Kargiglioğlu (2021); Kervankıran (2014); Kızıl ve ark. (2010); Mirza (2016); Okuyucu (2020); Özkan ve Sabancı (2014); Sayın ve ark. (2017); Sertkaya Doğan (2005); Tandoğan ve Avcı (2012); Ünal ve İpar (2020); Yentür ve Demir (2022)
Paydaşların senkronize olamaması	Avcı ve Barışık (2015); Baykal ve Ataberk (2020); Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Doğru, Çelik ve Yılmaz (2019); Dündar (2010); Erdoğan ve Özdemir (2018); Kaymaz (2022); Mirza (2016); Özkan ve Sabancı (2014); Özoğul (2020); Sayın ve ark. (2017); Ünal ve İpar (2020); Sonuç (2020); Taş Gürsoy (2020); Velibeyoğlu (2016); Yentür ve Demir (2022)
Genel reklam ve tanıtım eksiklikleri	Arsu ve Serin Karacaer (2021); Bardakoğlu (2016); Çetinkaya & Öter, (2015); Kervankıran (2014); Köşker ve ark. (2019); Mirza (2016); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özkan ve Sabancı (2014); Özoğul (2020); Savaşır (2020); Sertkaya Doğan (2005); Tandoğan ve Avcı (2012); Uluçay (2017); Yentür ve Demir (2022)
Üst yapı eksikliği	Baykal ve Ataberk (2020); Dündar (2010); Erdoğan ve Özdemir (2018); Genç (2017); Göçmen ve Doğan (2015); Göral ve Tengilimlioğlu (2020); Kargiglioğlu (2021); Kervankıran (2014); Mirza (2016); Özkan ve Sabancı (2014); Özoğul (2020); Tandoğan ve Avcı (2012)
Eğitimli ve uzmanlaşmış iş gücü eksikliği	Baykal ve Ataberk (2020); Çetinkaya & Öter, (2015); Erdoğan ve Özdemir (2018); Göçmen ve Doğan (2015); Karamustafa ve Çeşmeci (2006); Kervankıran (2014); Kızıl ve ark. (2010); Özkan ve Sabancı (2014); Saatçi ve Demirbulat (2015); Sayın ve ark. (2017); Tandoğan ve Avcı (2012)
Alternatif turizm türlerinin yeterince pazarlanmaması	Avcı ve Barışık (2015); Baykal ve Ataberk (2020); Dündar (2010); Erdoğan ve Özdemir (2018); Kargiglioğlu (2021); Kervankıran (2014); Mirza (2016); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Sarioğlan ve ark. (2020); Sayın ve ark. (2017); Yentür ve Demir (2022)
Akademi ve sektör arasındaki bağlantının zayıf olması	Erdoğan ve Özdemir (2018); Kaymaz (2022); Köşker ve ark. (2019); Özkan ve Sabancı (2014); Saatçi ve Demirbulat (2015); Sayın ve ark. (2017); Taş Gürsoy ve Sonuç (2020)
Sertifikasyon gerçekleştiren kurum ve STK'ların yetersizliği	Baykal ve Ataberk (2020); Erdoğan ve Özdemir (2018); Genç (2017); Göçmen ve Doğan (2015); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Sarioğlan ve ark. (2020); Ünal ve İpar (2020)
Alt yapı eksikliği	Bozdağ (2022); Dündar (2010); Erdoğan ve Özdemir (2018); Genç (2017); Göçmen ve Doğan (2015); Mirza (2016); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özkan ve Sabancı (2014); Özoğul (2020); Sertkaya Doğan (2005); Tandoğan ve Avcı (2012)
Mevsimsellik	Avcı ve Barışık (2015); Güvenol ve Sarıbaş (2022); Göral ve Tengilimlioğlu (2020); Ören ve Mutlu (2022); Özkan ve Sabancı (2014)
Alternatif ve tamamlayıcı turistik ürünlerin yetersizliği	Kervankıran (2014); Kaymaz (2022); Merkez ve Yılmaz (2022); Mirza (2016); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özkan ve Sabancı (2014); Tandoğan ve Avcı (2012); Velibeyoğlu (2016)

**Tablo 4 (devamı).** İzmir'in Turizm Açısından Zayıf Yönleri

Yerel halkta turizmle ilgili eğitim eksikliği	Baykal ve Ataberk (2020); Genç (2017); Merkez ve Yılmaz (2022); Sonuç (2020); Tandoğan ve Avcı (2012); Taş Gürsoy ve Sonuç (2020)
Denetimin yeterli olmaması	Doğru, Çelik ve Yılmaz (2019); Göçmen ve Doğan (2015); Karamustafa ve Çeşmeci (2006)
Stratejik planlama eksikliği	Bozdağ (2022); Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Çetinkaya & Öter, (2015); Doğru, Çelik ve Yılmaz (2019); DüNDAR (2010); Kaymaz (2022); Oztürk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özkan ve Sabancı (2014); Özoğul (2020); Sonuç (2020)
Mevcut yönetmeliklerin birbiriyle çelişmesi ve mevzuattaki yetersizlikler	Doğru, Çelik ve Yılmaz (2019); Göçmen ve Doğan (2015); Mirza (2016)
Mevcut tarihi yapıların ve doğanın korunmaması	Çetinkaya & Öter, (2015); Oztürk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özkan ve Sabancı (2014); Sertkaya Doğan (2005); Tandoğan ve Avcı (2012)
Kooperatifleşme eksikliği	Baykal ve Ataberk (2020)
Sektörde iş devir hızının fazla olması	Kızıl ve ark. (2010)
STK'ların turizm gelişimine yeterince dahil olmaması	Sonuç (2020); Taş Gürsoy (2020)

**Kaynak:** Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Araştırma bulgularına göre mevsimsellik (Güvenol ve Sarıbaş, 2022: 2376), alternatif ve tamamlayıcı turistik ürünlerin yetersizliği (Özkan ve Sabancı, 2014; Tandoğan ve Avcı, 2012: 30) ve yerel halktaki turizmle ilgili eğitim eksikliği (Baykal ve Ataberk, 2020: 11) araştırmacılar tarafından dile getirilen zayıf yönler arasındadır. Özellikle alternatif turizm türleri başta olmak üzere işletmelerle ilgili yeterli denetimin olmaması ve alanında belgelendirilmemiş işletme veya kişilerin sektörde faaliyet göstermesi turizmin sağlıklı gelişimini engelleyen diğer zayıflıklardır (Göçmen ve Doğan, 2015: 3). Alanyazındaki araştırmacılar tarafından dile getirilen diğer zayıf yönler, stratejik planlama eksikliği ve bütüncül bir planlamanın olmaması (Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç, 2021: 182), mevcut yönetmeliklerin zaman zaman birbiriyle çelişmesi, mevzuatlardaki yetersizlikler (Doğru ve ark., 2019: 193), mevcut tarihi yapıların korunmaması (Özkan ve Sabancı, 2014: 318), kırsal turizm açısından kooperatifleşme eksikliği (Baykal ve Ataberk, 2020: 9), sektörde iş devir hızının fazla olması ve STK'ların turizm gelişimine yeterince dahil olmaması (Sonuç, 2020: 49) gibi yönetimsel sorunlardır (Kızıl ve ark., 2010: 211).

### Fırsatlar

Çalışma kapsamında değerlendirmeye alınan makalelerin analizi sonucunda İzmir'de turizmin gelişimi açısından fırsat yaratabilecek unsurlara yönelik ortaya

çıkan bulgular Tablo 5'te özetlenmektedir. Son yıllarda turizmi etkisi altına alan Covid-19 pandemisi ve küreselleşmenin de etkisiyle turistlerin tatil anlayışlarında ve tercihlerinde değişimler meydana gelmiştir (Çubuk, 2022: 168). Kitle turizminin yerine alternatif turizm türlerine yönelik ilginin artması İzmir'in alternatif turizm türleri potansiyelinin yüksek olması nedeniyle önemli bir fırsat yaratmaktadır (Demir ve Sarıbaş, 2012: 204; Güvenol ve Sarıbaş, 2022: 2384; Sarioğlan ve ark., 2020: 610). Ayrıca Covid-19'un oluşturduğu güvenlik endişeleri nedeniyle son yıllarda iç turizmin önemi artmıştır (Arsu ve Serin Karacaer, 2021: 365). Yine son yıllarda bilgi teknolojilerinin gelişmesiyle sosyal medya kanalının ve mobil uygulamaların etkinliğinin artması (Baykal ve Ataberk, 2020: 11), veri tabanlı CBS (Coğrafi Bilgi Sistemleri) uygulamalarının artması ile artan iletişim imkanları İzmir'in tanıtımında önemli fırsatlar yaratmaktadır (Eşitti ve Işık, 2015: 13; Okuyucu, 2020: 2625). Etkinlik turizmine yönelik son yıllarda artan ilgi ve gelecek yıllarda düzenlenmesi planlanan uluslararası kültürel etkinliklerin İzmir'de düzenleme ihtimali alanyazındaki araştırmacılar tarafından vurgulanan fırsatlardan biridir (Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç, 2021: 180; Çelik ve Çetinkaya, 2013: 13; Çelik ve Göçmen, 2013: 84; Güven ve Ceylan, 2019: 281).

**Tablo 5.** İzmir’de Turizm Gelişimi için Fırsat Olabilecek Unsurlar

Alternatif turizm türlerine yönelik ilginin sürekli artması	Arzu ve Serin Karacaer (2021); Baykal ve Ataberk (2020); Çelik ve Göçmen (2013); Çubuk (2022); Demir ve Sarıbaş (2012); Demir ve Sarıbaş (2015); Dülğaroğlu (2021); Genç (2017); Güven ve Ceylan (2019); Güvenol ve Sarıbaş (2022); Kaymaz (2022); Kılıcı ve ark. (2020); Merkez ve Yılmaz (2022); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özkan ve Sabancı (2014); Sarıoğlan ve ark. (2020); Sonuç (2020); Tandoğan ve Avcı (2012); Ünal ve İpar (2020); Yentür ve Demir (2022)
Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler	Bardakoğlu (2016); Baykal ve Ataberk (2020); Boyraz ve Mutlu (2020); Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Erdoğan ve Özdemir (2018); Eşitti ve Işık (2015); Güven ve Ceylan (2019); Güvenol ve Sarıbaş (2022); Kervankıran (2014); Mirza (2016); Okuyucu (2020); Özoğul (2020); Sarıoğlan ve ark. (2020); Savaşır (2020); Sayın ve ark. (2017); Uluçay (2017)
Uluslararası kültürel etkinlikler	Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Çelik ve Çetinkaya, (2013); Erdoğan ve Özdemir (2018); Güven ve Ceylan (2019); Mirza (2016); Özkan ve Sabancı (2014); Savaşır (2020)
Çeşitli destek ve teşvikler	Avcı ve Gümüş (2022); Bozdağ (2022); Çelik ve Göçmen (2013); Demir ve Sarıbaş (2012); Erdoğan ve Özdemir (2018); Güven ve Ceylan (2019); Mirza (2016); Özoğul (2020); Sayın ve ark. (2017); Sertkaya Doğan (2005)
Akademi ile işbirliği sonucu gelişme imkanı	Avcı ve Barışık (2015); Köşker ve ark. (2019); Merkez ve Yılmaz (2022); Özkan ve Sabancı (2014); Pala ve Bardakoğlu (2016); Saatçi ve Demirbulat (2015)
Ulaşım alanındaki gelişmeler	Baykal ve Ataberk (2020); Mirza (2016); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özkan ve Sabancı (2014); Sayın ve ark. (2017)
Planlanan projeler	Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Çetinkaya & Öter, (2015); Özkan ve Sabancı (2014); Savaşır (2020); Sayın ve ark. (2017); Sertkaya Doğan (2005); Sonuç (2020); Velibeyoglu (2016)
Uluslararası işbirliği	Bozdağ (2022); Kervankıran (2014); Mirza (2016); Tandoğan ve Avcı (2012); Taş Gürsoy (2020)
Döviz kurları nedeniyle fiyatların düşük olması	Mirza (2016); Sayın ve ark. (2017); Sonuç (2020)
Hastanelerin bölüm bazlı akreditasyon belgesi alması	Mirza (2016); Sayın ve ark. (2017)
Sağlık turizmi açısından bekleme sürelerinin kısalığı	Mirza (2016); Sayın ve ark. (2017)
UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesinde yer alan değerlerin kalıcı listeye alınması	Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Taş Gürsoy ve Sonuç (2020)
Tarihi dokuya uygun restorasyon yapılması	Özoğul (2020); Özkan ve Sabancı (2014)
İzmir Turizm Tanıtım Stratejisi ve Eylem Planı	Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç (2021); Sayın ve ark. (2017)
Ekonomik koşulların iyileşmesi	Baykal ve Ataberk (2020); Sarıoğlan ve ark. (2020)
Bakanlığın hizmet kalitesini artırmaya yönelik uygulamaları	Çetinkaya & Öter, (2015); Göçmen ve Doğan (2015)
Yerel yönetimlerin yeniden düzenlenmesi	Velibeyoglu (2016)

**Kaynak:** Yazar tarafından oluşturulmuştur.



Alanyazındaki araştırmacılar devlete bağlı veya diğer özel kurum ve kuruluşlar tarafından turizmin gelişimine yönelik verilen destek, teşvik ve iyileştirmelerin İzmir'de turizm gelişimi için önemli fırsatlar yaratacağını dile getirmişlerdir (Erdoğan ve Özdemir, 2018: 263; Avcı ve Gümü, 2022: 280; Özoğul, 2020: 8). Türkiye'de destinasyon markalaması ve pazarlama alanında çalışan akademisyenlerle işbirliği yapılarak kentsel tanıtım ve markalama alanında gelişme imkanı ile turizm eğitiminin geliştirilmesi İzmir'de turizm gelişimi açısından önemli fırsatlar yaratabilecek unsurlardır (Köşker ve ark., 2019: 361; Sayın ve ark., 2017: 309). Ulaşım alanında meydana gelecek gelişmelerle birlikte gelecekte İzmir'e farklı yerlerden direk uçuşların konulması büyük bir fırsat yaratacak ve İzmir'e gelecek turist sayısının artmasını sağlayacaktır (Mirza, 2016: 766). Bunlara ek olarak, KOMER (Efes Kongre Merkezi) (Özkan ve Sabancı, 2014: 320), Efes Antik Liman Kenti Projesi (Çetinkaya & Öter, 2015: 1410), İzmir Tarih Projesi, Çeşme-Karaburun Yarımada Projesi, Bergama Jeopark Projesi (Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç, 2021: 177), Kemeraltı bölgesi için geliştirilen kentsel dönüşüm projeleri (Savaşır, 2020: 63), Şarap Yolu Projesi (Velibeyoglu, 2016: 670) ve İzmir Sağlık Serbest Bölgesi Projesi (Sayın ve ark., 2017: 303) gibi projeler alanyazında dile getirilen diğer fırsatlardır.

Sağlık turizmi için uluslararası hasta sağlayıcılarla işbirliği, kültür turizmi açısından ise ünlü müzelerle planlanabilecek ortak projeler ziyaretçi sayısını artırmak amacıyla faydalanılabilecek fırsatlardır (Kervankiran, 2014: 365; Mirza, 2016: 754). Ayrıca sağlık turizmi açısından döviz kurlarının düşük olması, bekleme sürelerinin kısalığı ve gelecekte hastanelerin bölüm bazlı akreditasyon belgesine sahip olması daha fazla turistin İzmir'e gelmesi için fırsat yaratacaktır (Mirza, 2016; Sayın ve ark., 2017). UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesinde yer alan değerlerin kalıcı listeye alınması (Taş Gürsoy ve Sonuç, 2021: 1814), tarihi dokuya uygun restorasyon yapılması (Özoğul, 2020: 8) ve İzmir Turizm Tanıtım Stratejisi ve Eylem Planı (Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç, 2021: 177) yazarlar tarafından dile getirilen diğer fırsatlardır. Ayrıca tüketicilerin satın alma güçlerinin artması (Sarioğlan ve ark., 2020: 610) ve Bakanlığın hizmet kalitesini artırmaya yönelik alternatif turizm türleri açısından uygulamaya yönelik önlemler alınması (Göçmen ve Doğan, 2014: 24) İzmir'de turizm sektörünün gelişimi açısından fırsat oluşturabilecek diğer unsurlardır. Son olarak, yerel yönetimler kanununun değişmesiyle birlikte İzmir'deki köylerin bölge belediyelerine bağlanması sonucu kırsal ekonomilerin desteklenmesi, yeni tarım projelerin yaratılması ve çiftçilerin gelişimi için düzenli etkinliklerin gerçekleştirilmesi, dolayısıyla kırsal turizmin gelişimi mümkün hale gelmiştir (Velibeyoglu, 2016: 667).

## Tehditler

Araştırma kapsamında incelenen makalelerin analizi sonucunda İzmir'de turizm gelişimini tehdit eden unsurlara yönelik ortaya çıkan bulgular Tablo 6'da gösterilmektedir. Alanyazında İzmir'in turizm gelişimini en fazla tehdit eden unsurlar kimliksiz, çirkin yapılaşma, betonlaşma, alternatif turizm türlerinin gelişimi için önemli bir kaynak olan verimli toprakların imara açılması ve İzmir'deki tarihi dokunun bozulma ihtimalidir (Coşar, 2014: 233; Erdoğan ve Özdemir, 2018: 260; Özoğul, 2020: 8). Diğer şehirlerden İzmir'e olan göç nedeniyle artan nüfus ile birlikte taşıma kapasitelerinin aşılma ihtimali (Coşar, 2014: 233) ve Foça, Seferihisar gibi İzmir'in turistik ilçelerinde gençler için istihdam olanaklarının sınırlı olması nedeniyle göç ihtimali turizmin gelişimini tehdit etmektedir (Özoğul, 2020: 8). Doğal çevrenin bozulması, doğal kaynakların hızla tükenmesi, çevre kirliliği ile 2015 yılında tamamlanan ve sörf turizmini olumsuz etkileyen Port Alaçatı gibi ekolojik dengeyi bozarak alternatif turizm türlerinin gelişimini olumsuz etkileyebilecek büyük projeler doğal çevreyle ilgili tehditlerdir (Avcı ve Barışık, 2015: 6399; Karaçor ve Tanrısever, 2020: 279). Covid-19 gibi gelecekte ortaya çıkabilecek diğer sağlık sorunları ve pandemiler ziyaretçi sayısında ve turizm gelirlerinde önemli düşüşe neden olabilecek diğer faktörlerdir (Arsu ve Serin Karacaer, 2021: 365).

Birçok araştırmacı yapılaşmanın olumsuz etkisini vurgularken, bazı araştırmacılar turizm yatırımlarında ortaya çıkabilecek hukuki ve bürokratik engellerin turizm gelişimini olumsuz etkileyeceğini dile getirmiştir (Pala ve Bardakoğlu, 2016: 282). Ayrıca bazı yazarlar işletmeler arasındaki haksız rekabetin hizmet kalitesi açısından sorun yarattığını ve haksız rekabetin ortadan kaldırılmasıyla İzmir'de turizmin gelişeceğini belirtmiştir (Göçmen ve Doğan, 2014: 24; Karamustafa ve Çeşmecı, 2006: 78). İzmir'in alternatif turizm türleri açısından yüksek potansiyele sahip bir destinasyon olması turizm açısından güçlü yönlerinden biriyken, bazı araştırmacılar bu farklı turizm türlerini aynı destinasyonda geliştirme çabasının bu türler arasında bir çatışma doğurduğunu vurgulamışlardır. Örneğin Alaçatı'da hem deniz-kum-güneş turizmi hem de sörf turizmi geliştirilmeye çalışılırken biri için yapılan yatırım diğer turizm türünün gelişimini olumsuz yönde etkilemektedir (Avcı ve Barışık, 2015: 6398). Benzer bir şekilde günümüzde değişen tüketici tercihleri alternatif turizm türleri açısından bir fırsat olurken, bu beklentilerin sürekli değişmesi ile tüketicilerin kalite anlayışlarının da sürekli değişmesi ve mevcut hizmetlerin yetersiz kalması bir tehdit olarak değerlendirilmiştir (Kılıcı ve ark., 2020: 157). En son olarak, son yıllarda politik gelişmelerin etkisiyle Türkiye aleyhine oluşan olumsuz algı ve destinasyon imajı, merkez hükümetin yerel



**Tablo 6.** İzmir’de Turizm Gelişimini Tehdit Eden Unsurlar

Kimliksiz çirkin yapılaşma ve betonlaşma	Coşar (2014); Erdoğan ve Özdemir (2018); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Özoğul (2020)
Taşıma kapasitelerinin aşılma ihtimali	Baykal ve Ataberk (2020); Coşar (2014); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011)
Turistik ilçelerden başka yerlere göç ihtimali	Bozdağ (2022); Özoğul (2020)
Doğal çevreyle ilgili tehditler	Avcı ve Barışık (2015); Bozdağ (2022); Coşar (2014); Karaçor ve Tanrısever (2020); Merkez ve Yılmaz (2022); Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011); Sonuç (2020)
Covid-19 gibi pandemiler	Arsu ve Serin Karacaer (2021); Kargiglioğlu (2021)
Hukuki ve bürokratik engeller	Dündar (2010); Özkan ve Sabancı (2014); Pala ve Bardakoğlu (2016)
İşletmeler arasındaki haksız rekabet	Göçmen ve Doğan (2015); Karamustafa ve Çeşmeci (2006)
Turizm türleri arasındaki çatışma	Avcı ve Barışık (2015)
Sürekli değişen kalite anlayışı	Kılıcı ve ark. (2020)
Türkiye’ye yönelik olumsuz algı ve imaj	Köşker ve ark. (2019); Sonuç (2020)
Yerel yönetimlere hükümet tarafından ayrılan kısıtlı bütçe veya diğer engeller	Ozturk Kurtaslan ve Demirel (2011)
Türkiye’nin ucuz destinasyon olması	Sonuç (2020)
Destinasyonlar arasındaki artan rekabet	Yentür ve Demir (2022)

**Kaynak:** Yazar tarafından oluşturulmuştur.

yönetimlere doğal çevrenin korunması için verdiği bütçeye kısıtlama getirmesi ve Türkiye’nin ucuz destinasyon haline gelmesi (Sonuç, 2020: 49) İzmir’deki turizm gelişimini tehdit eden diğer unsurlardır (Köşker ve ark., 2019: 361; Ozturk Kurtaslan ve Demirel, 2011: 422).

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmanın amacı sistemati alanyazın taraması ile İzmir’in turizm sektörü açısından güçlü ve zayıf yönleri ile İzmir’de turizm sektörünün gelişimi açısından fırsat yaratabilecek ve tehdit oluşturabilecek unsurları ortaya koymaktır. Alanyazında en fazla vurgulanan güçlü yönler İzmir’deki doğal zenginlikler, alternatif turizm türleri potansiyelinin yüksek olması, tarihi eser ve yapılar ile ılıman iklimdir. Bu kapsamda karar alıcılar bu potansiyeli tam anlamıyla değerlendirebilmek amacıyla kitle turizminin yanı sıra kırsal turizm, gastronomi turizmi, macera turizmi, etkinlik turizmi gibi alternatif turizm türlerinin sürdürülebilir gelişimi açısından girişimlerde bulunmalıdır. Ayrıca İzmir çok kültürlü etkileşime açık, kültürel ve sanatsal faaliyetlere uygun sosyokültürel yapısı sayesinde uluslararası kültürel ve sanatsal etkinliklere ev sahipliği yapabilecek bir kent olarak öne çıkmaktadır. Bu tarz etkinlik, festival ve fuarların İzmir’de gerçekleştirilmesi için girişimlerde bulunmak turizm gelişimi açısından önemli katkılar sağlayacaktır.

Araştırma bulgularına göre İzmir lokasyon ve ulaşılabilirlik açısından avantajlı bir konumda olmasına rağmen İzmir’de birçok destinasyondan doğrudan uçuşların olmaması turizm gelişimini olumsuz etkileyen faktörlerden biridir. Ayrıca İzmir’de konaklama tesisi, yiyecek içecek tesislerinin yeterli sayıda olmaması, eğitilmiş ve uzmanlaşmış iş gücü eksikliği, akademi ve sektör arasındaki bağlantının zayıf olması, bütünleşik ve stratejik planlama eksikliği gibi nedenlerle mevcut turizm potansiyeli tam olarak kullanılmaktadır. Dolayısıyla ziyaretçi sayısı, harcama miktarı, kalış süresi ve turist profili açısından istenen düzeyde değildir. Bunlara ek olarak İzmir zengin bir mutfak kültürüne sahip bir kent olmasına rağmen bu yönüyle öne çıkmamaktadır. Tanıtım ve pazarlama çalışmalarında alternatif turizm türlerine daha fazla yer verilmesi İzmir’de mevsimsellik sorununu azaltacak ve kente yıl boyunca ziyaretçi akışını sağlayarak turizmi gelişimine önemli katkı sağlayacaktır. Çalışmada vurgulanan zayıf yönlerden bir diğeri ise alternatif ve tamamlayıcı turistik ürünlerin yetersizliğidir. Sağlık turizmi veya diğer amaçlarla İzmir’e gelen ziyaretçilerin destinasyonda kalış sürelerini ve harcama miktarlarını artırmak amacıyla tamamlayıcı turistik ürünler geliştirilmelidir.

Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde sosyal medyanın ve mobil uygulamaların etkinliğinin artması destinasyonlar açısından değerlendirilebile-

cek en önemli fırsatlardan biridir. İlgili bakanlıklar ve kurumlar tarafından destinasyonda faaliyet gösteren işletmelerin ve destinasyon yöneticilerine, sosyal medya okur-yazarlığının artırılması amacıyla çeşitli eğitimler verilerek tanıtım çalışmalarında bu teknolojilerin daha etkin kullanmalarının sağlanması turizm gelişimini olumlu etkileyecektir. Birçok işletme devlet tarafından destek ve teşviklerden tam olarak haberdar olmaması nedeniyle bunlardan faydalanamamaktadır. İlgili kurumlar bu konuda işletmeleri bilgilendirerek bunlardan yararlanmalarını sağlamalıdır. Daha öncede belirtildiği gibi İzmir alternatif turizm türlerinin gelişimini sağlayabilecek birçok doğal ve tarihi güzelliklere sahip bir kenttir. Bu açıdan yöneticiler küreselleşmenin ve son dönemde ortaya çıkan pandemilerin etkisiyle tüketici tercih ve beklentilerindeki bu değişimi İzmir'in lehine çevirerek ziyaretçi sayısını arttırmalıdır. İzmir'de turizm gelişimine hizmet edecek birçok proje planlanmasına rağmen başlayan bazı projeler tamamlanmamış ve başarısız olmuştur. Planlanan projelerin takibinin yapılması, zamanında ve bütçeye uygun bir şekilde tamamlanmasının sağlanması önemlidir.

İzmir ilinde turizm gelişimini tehdit eden unsurlardan en önemlileri çirkin ve kimliksiz yapılaşma ve betonlaşma, çevre kirliliği ve artan nüfus ile birlikte taşıma kapasitelerinin aşılmasıdır. Karar alıcılar şehrin tarihi ve mimari dokusunu bozan ve görüntü kirliliği yaratan bu yapılaşmanın önüne geçmeli ve yapılacak stratejik planlamalarla İzmir'deki turizm faaliyetlerinin ekolojik, sosyolojik ve ekonomik açılarından sürdürülebilir gelişimini sağlamalıdır. Son yıllarda Türkiye aleyhine gelişen olumsuz algı ve imaj turizm gelişimini tehdit etmektedir. Medya ile işbirliği içinde iletişim ve halkla ilişkiler faaliyetleri destinasyon imajını oluşturmak ve bozulan imajı düzeltmek amacıyla hayati önem taşımaktadır (Ritchie, 2004). Bu nedenle destinasyon yöneticileri ve diğer karar alıcılar doğru ve tutarlı bilgiler sağlayarak potansiyel turistlere güvence vermeli ve destinasyon için yeniden pazarlama, imaj oluşturma ve markalama faaliyetleri gerçekleştirmelidir. Bunun için akademi, sektör ve karar alıcılar arasındaki işbirliğinin güçlendirilerek, üniversitelerin bu konudaki bilgi ve deneyimlerinden yararlanılabilir.

Maksi-maksi (genişleme) stratejisi kapsamında fırsatlardan yararlanmak için güçlü yönlerin kullanılması turizm gelişimi açısından faydalıdır (Goranczewski & Pucito, 2010: 50). Alternatif turizm türlerine yönelik artan tüketici ilgisini turizm talebine dönüştürebilmek amacıyla İzmir'in sahip olduğu doğal güzellikler, sosyo-kültürel yapı, tarihi eser ve yapılar, ılıman iklimi, zengin mutfak kültürü ve konumu gibi güçlü yönlerin, turizm arzına dönüştürebilmek önemlidir. Ayrıca uluslararası işbirlikleri kurmak, sağlık turizmini geliştirmek ve hem ulusal hem de uluslararası destek ve

teşviklerden yararlanmak amacıyla İzmir'in güçlü yönleri ön plana çıkarılmalıdır. Alanyazında mini-maksi (rekabetçi) stratejisi ile uyumlu olarak İzmir'in turizm açısından zayıf yönleri olarak öne çıkan genel tanıtım ve pazarlama eksiklikleri, paydaşlar arasındaki uyumsuzluk, üst yapı eksikliği, eğitilmiş ve uzmanlaşmış iş gücü eksikliği, akademi ve sektör arasındaki kopukluk ve stratejik planlama eksikliği gibi unsurların giderilmesi gerekmektedir (Rebuya ve Gasga, 2022: 6). Böylece İzmir'e gelen ziyaretçilerin kalış süreleri ve harcam miktarları artırarak turizm potansiyeli daha etkili bir şekilde kullanılabilir. Destinasyon yönetiminde bir diğer strateji ise güçlü yanların en iyi şekilde kullanılarak tehditlerin üstesinden gelmektir (Goranczewski & Pucito, 2010: 50). Destinasyonlar sürekli değişen kalite anlayışı tehditini kalite standartları belirleyerek, Covid-19 gibi geniş çaplı pandemi ve krizleri ise devlet teşvikleri ve desteklerini kullanarak ve taşıma kapasitesinin aşılma ihtimali gibi doğal çevre ile ilgili olumsuz durumları ise paydaşlarında katılımıyla gerçekleştirilen stratejik planlama ile alt yapı yatırımlarına ağırlık vererek bertaraf edebilirler.

Çalışma kapsamında İzmir'de turizm sektörünün güçlü ve zayıf yönlerine dair bulgulara daha fazla ulaşırlırken, fırsat yaratan ve tehdit oluşturabilecek unsurlara yönelik bulgulara daha az ulaşılmıştır. İzmir ve turizm üzerine yapılacak gelecek çalışmalarda bu unsurlara daha fazla değinilebilir. Her araştırmada olduğu gibi bu araştırmanın da bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Bu çalışmada kaliteli yayınlara ulaşabilmek amacıyla sadece TR Dizin ve Web of Science veri tabanlarında endekslenen dergilerde yayınlanan makaleler üzerinde içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Ayrıca tezler, bildiri-ler ve diğer yayınlar kapsam dışında tutulmuştur. Çalışmanın farklı veri tabanlarındaki makaleler üzerinde ya da farklı yayın türleri üzerinde gerçekleştirilmesi farklı bulguların ortaya çıkmasını sağlayabilir.

**KAYNAKÇA**

Acar, V., Avcı, E. & Erat, B. (2017). Birgi'nin Turistik Bir Destinasyon Olarak SWOT Analizi Kapsamında Değerlendirilmesi. *Ulakbilge*, 5(14) 1334-1372.

Agrawal V (2016) A Review of Indian Tourism Industry with SWOT Analysis. *Journal of Tourism & Hospitality*, 5, 196.

Akca, H. (2006). Assessment of Rural Tourism in Turkey Using SWOT Analysis. *Journal of Applied Sciences* 6(13), 2837-2839.

Arzu, T. ve Serin Karacaer, S. (2021). UNESCO Dünya Mirası Listesindeki Destinasyonların Yer Aldığı İllerin Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 346-370.

Avcı, N. (2018). Turizmin Yöre Halkının Yaşam Kalitesine Etkileri: Çeşme İlçesi Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(2), 164-174.

Avcı, N., & Barışık, Ş. M. (2015). The Importance of Windsurf Schools in Tourism: The Case of Alaçati. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 10(37), 6394-6401.

Avcı, N. & Gümüş, S. (2022). The Motivations of Women Entrepreneurs in the Tourism Industry. *Istanbul Business Research*, 51(1), 279-290.

Bardakoğlu, Ö. (2016). Küçük Konaklama İşletmelerinde Pazarlama Stratejileri Ve Müşteri Bağlılığı: İzmir Örneği. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 11(42), 124-132.

Baykal, F. & Ataberker, E. (2020). Kozbeyli'de (Foça/İzmir) Kırsal Turizmin Geliştirilmesi Hakkında Yerel Halkın Görüşleri. *Ege Coğrafya Dergisi*, 29(1), 1-17.

Bonfante, M. C., Raspini, J. P., Fernandes, I. B., Fernandes, S., Campos, L. M. ve Alarcon, O. E. (2021). Achieving Sustainable Development Goals in Rare Earth Magnets Production: A Review on State of the Art and SWOT Analysis. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 137, 110616.

Boyras, M., & Mutlu, A. S. (2020). Lisans Düzeyindeki Turizm Öğrencilerinin Travel Turkey İzmir Turizm Fuarına İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 1770-1786.

Bozdağ, A. (2022). A Spatial Analysis for Sustainable Planning of Tourism Impacts Using GIS: Çesme (Cyssus), İzmir, Turkey. *Environment, Development and Sustainability*, 1-26.

Clarivate (2023). Web of Science platform. <https://clarivate.com/products/scientific-and-academic-research/research-discovery-and-workflow-solutions/wobofscience-platform/> Erişim tarihi:16.08.2023.

Collins-Kreiner, N., & Wall, G. (2007). Evaluating Tourism Potential: A SWOT Analysis of the Western Negev, Israel. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 55(1), 51-63.

Coşar, Y. (2014). Yavaş Şehir Olgusunun Kentsel Yaşam Kalitesi Üzerindeki Algılanan Etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(2), 226-240.

Çatalbaş, F., & Ecemiş Kılıç, S. (2021). Farklı Kentsel Paydaşların Kültürel Mirasın Korunması ve Kültür Turizmine İlişkin Görüşlerinin Üst Ölçekli Planlar Çerçevesinde Değerlendirilmesi: İzmir Örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 30(1), 167-186.

Çelik, A. & Göçmen, Z. (2013). Yerel Yönetim Bakış Açısıyla Etkinlik Turizmi Motivasyonlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 48(2), 70-89.

Çelik, S., & Çetinkaya, M. Y. (2013). Festivals In Event Tourism: The Case of International İzmir Art Festival. *International Journal of Contemporary Economics & Administrative Sciences*, 3(1), 1-21.

Çetinkaya, M. Y., & Öter, Z. (2015). Sustainable Valorization of Cultural Heritage via Tour Guides: Turkish Case of Ephesus Ancient City. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(6), 1401-1412.

Çubuk, M. (2022). Türkiye'de Büyükşehirlerin Sağlık Turizmi Potansiyellerinin CRITIC ve WASPAS Yöntemleri ile Karşılaştırılması. *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 147-174.

Daft, R. L. (2014). *Management* (12. Baskı). Cengage Learning: Boston, MA.

Demir, C., & Sarıbaş, Ö. (2012). A Critical Approach to Geothermal Energy in Turkey in Terms of Sustainability and Health Tourism. *International Journal of Contemporary Economics & Administrative Sciences*, 2(4), 192-207.

Demir, C., & Sarıbaş, Ö. (2015). Overview of Volunteering in Turkey: An Implication Towards the Experience of Volunteers and Their Motivations. *International Journal of Contemporary Economics & Administrative Sciences*, 5 (1-2), 30-47.

Deniz, T. (2017). Hızlı Dünyada Sürdürülebilir Mekânlar: Sakin Kentler. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 1399-1412.

Doğru, H., Çelik, B. & Yılmaz, B. (2019). Dalış Turizmi Emniyeti: Risk Faktörleri ve Çözüm Önerileri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(3), 185-197.

Dülgeroğlu, O. (2021). Termal Turizme Katılan Turistlerin Motivasyon Faktörlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Gastronomy, Hospitality, and Travel*, 4(2), 684-694.

- Dündar, S. G. (2010). Rise of Culture and Fall of Planning in Izmir, Turkey. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(3), 51-66.
- Dünya Turizm Örgütü (2020) *International Tourism Highlights, 2020 Edition*. Erişim adresi: [www.unwto.org/publications](http://www.unwto.org/publications). Erişim tarihi:08.03.2022.
- Erdoğan, S. ve Özdemir, G. (2018). İzmir Destinasyonu'nda Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 249-272.
- Erul, E. ve Woosnam, K. M. (2022). Explaining Residents' Behavioral Support for Tourism Through Two Theoretical Frameworks. *Journal of Travel Research*, 61(2), 362-377.
- Eşitti, Ş., & Işık, M. (2015). Sosyal Medyanın Yabancı Turistlerin Türkiye'yi Tatil Destinasyonu Olarak Tercih Etmelerine Etkisi. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 1(27), 11-33.
- Genç, M. (2017). İzmir-Dikili'nin Ekoturizm ve Açık Alan Rekreasyonu Potansiyeli: Tespit Ve Tekliflerimiz. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(16), 185-212.
- Goranczewski, B., & Puciato, D. (2010). SWOT Analysis in the Formulation of Tourism Development Strategies for Destinations. *Turyzm/Tourism*, 20(2), 45-53.
- Göçmen, Z., & Doğan, B. (2015). Turizm Amaçlı Su Altı ve Su Üstü Sportif Faaliyetlere Yönelik Talimatlar ve İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Uygulamaları. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 6(2).
- Göral, R., & Tengilimoğlu, E. (2020). Konaklama Kapasitesinin Bir Sonucu Olarak Turizm Yoğunluğu: Türkiye'nin Önde Gelen Turistik Destinasyonları Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(4), 633-645.
- Gunlu, E., & Lale, C. (2015). The Comparison of the Demographic Features of the Participants in Terms of Participation Motives to Different Events. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 10(40), 6730-6751.
- Güven, Ö. Z., & Ceylan, T. (2019). Fuarların Uluslararası Pazarlar Açısından Önemi: Turizm İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. *Alanya Akademik Bakış*, 3(3), 277-294.
- Güvenol, B., & Sarıbaş, S. K. (2022). Konaklama Sektöründe Sürdürülebilirlik: Glamping İşletmeleri Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(3), 2369-2393.
- İzmir Vakfı (2021). *İzmir Turizm Tanıtım Stratejisi ve Eylem Planı*. Tekno Ofset: Bornova, İzmir.
- Johnson, G., Scholes, K. & Whittington, R. (2008). *Exploring Corporate Strategy: Text & Cases*. Prentice Hall: Essex, UK.
- Karaçor, B. & Tanrısever, C. (2020). Konaklama İşletmelerinde Kullanılan Sertifikasyonların Pazarlama, Doluluk ve Verimlilik Üzerine Etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2) 278-296.
- Karamustafa, K., & Çeşmeci, N. (2006). Paket Tur Operasyonunda Turist Rehberlerinin Karşılaştıkları Yönetsel Sorunlar Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 70-86.
- Kargiglioğlu, Ş. (2021). Boyoz'un Çevrimiçi Turist Deneyimleri Açısından İncelenmesi. *International Journal of Eurasia Social Sciences*, 12(46), 1060-1075.
- Kaymaz, Ç. K. (2022). İzmir'de Doğa Temelli Turizm Faaliyetlerine Katılan Yerli Turistlerin Motivasyonları ve Turist Profilleri Üzerine Bir İnceleme. *Coğrafya Dergisi*, (45), 47-67.
- Kervankiran, I. (2014). Dünyada Değişen Müze Algısı Ekseninde Türkiye'deki Müze Turizmine Bakış. *Turkish Studies*, 9(11), 345-369.
- Keshta, J. A., Eldine, M. S., Saber, M., & Barbu, A. (2022). SWOT Analysis on the Importance of Egypt and Sudan Logistics Transportation Networks: A Systematic Literature Review. *International Business Logistics*, 2(2), 67-82.
- Kılıcı, L., Özdağoğlu, A., & Güler, M. E. (2020). Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri İle Termal Turizmde Hizmet Kalitesi Boyutlarının ve Otel Alternatiflerinin Önceliklendirilmesi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 15(57), 143-159.
- Kızıl, A., Güler, F., Ceylan, C., Kızıl, C., Keskin, A. İ., & Buget, P. (2010). A Comprehensive Analysis of Managers Working in the Turkish Tourism Sector. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(34), 205-222.
- Kömürcü, S., & Sarıbaş, Ö. (2016). The Feelings of the Visitors Participating in Religious Tourism: The Case of Virgin Mary House in Izmir. *International Journal of Contemporary Economics & Administrative Sciences*, 6 (1-2), 31-42.
- Köşker, H., Albuz, N., & Ercan F., (2019). Türkiye'de Turistik Talebin En Fazla Olduğu 10 Kentin Marka Kimlikleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18 (1), 348-365.
- Merkez, M., & Yılmaz, H. (2022). Exploring the Rural Tourism Perception of Local People and Farmers: The Case Study of Mordogan in Izmir, Turkey. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 19, 1-20.
- Mirza, N. (2016). İzmir Medikal Turizm Kümelenme Potansiyeli. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(4), 743-768.
- Okuyucu, A. (2020). İnanç Turizmi Açısından Türkiye'de Dini Çekiciliklerin Dağılışı. *Turkish Studies - Social*, 15(5), 2611-2628.



- Ozturk Kurtaslan, B. & Demirel, Ö. (2011). Pollution Caused by Peoples' Use for Socio-economic Purposes (Agricultural, Recreation and Tourism) in the Gölcük Plain Settlement at Bozdağ Plateau (Ödemiş-İzmir/Turkey): A Case Study. *Environmental Monitoring and Assessment*, 175, 419-430.
- Ören, T. Ş. & Mutlu, Ç. (2022). Ön Lisans Eğitimi Alan Turizm ve Otel İşletmeciliği Öğrencileri Açısından Nomofobinin Etkisi Üzerine Bir Araştırma: İzmir Meslek Yüksekokulu Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(3), 2006-2029.
- Özkan, E., & Sabancı, A. Ş. (2014). İzmir'de Turistik Ürün Geliştirilmesine Yönelik Seyahat Acentelerinin Görüşleri Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilim Enstitüsü Dergisi*, 17(31).
- Özoğul, G. (2020). Metaforlarla Şehri Anlamak: Önlisans Öğrencilerinin Selçuk'a (İzmir) Yönelik Metaforik Algılarının İncelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 23 (1), 1-11.
- Paça, H., & Şahin, Ö. (2021). Yiyecek İçecek İşletmelerinde Kurumsal İtibarın Müşteri Sadakatine Etkisi: İzmir. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), 511-530.
- Paes, L. A. B., Bezerra, B. S., Deus, R. M., Jugend, D. ve Battistelle, R. A. G. (2019). Organic Solid Waste Management in A Circular Economy Perspective–A Systematic Review and SWOT Analysis. *Journal of Cleaner Production*, 239, 118086.
- Pala, T. & Bardakoğlu, Ö. (2016). Türkiye'de Butik Otel İşletmeciliğinin Mevcut Durumu İzmir Örneği. *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 271-286.
- Palmatier, R. W., Houston, M. B., & Hulland, J. (2018). Review Articles: Purpose, Process, and Structure. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 46(1), 1-5.
- Rebuya, N.R. & Gasga, K.P. (2022) SWOT Analysis as a Strategic Tool for Local Tourism Development Planning: A Destination Review of a Municipality in the Philippines. *Open Access Library Journal*, 9, 1-30.
- Ritchie, B. W. (2004). Chaos, Crises and Disasters: A Strategic Approach to Crisis Management in the Tourism Industry. *Tourism Management*, 25(6), 669-683.
- Ritonga, H. M., Setiawan, N., El Fikri, M., Pramono, C., Ritonga, M., Hakim, T., & Nasution, M. D. T. P. (2018). Rural Tourism Marketing Strategy and Swot Analysis: A Case Study of Bandar Pasir Mandoge Sub-District in North Sumatera. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9(9), 1617-1631.
- Saatci, G., & Demirbulat, Ö. G. (2015). Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Mesleki Turizm Eğitimi Almış Çalışanlara Yönelik Değerlendirmeleri. *Uluslararası Hakemli Beşeri Ve Akademik Bilimler Dergisi*, 4(13), 43-58.
- Sarıoğlan, M., Avcıkurt, C., & Oflaz, M. (2020). Yabancı Turistlerin Destinasyon Tercihlerinde Helal Gastronomi Konseptinin Öneme Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(4), 609-621.
- Sariisik, M., Turkey, O., & Akova, O. (2011). How to Manage Yacht Tourism in Turkey: A Swot Analysis and Related Strategies. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24, 1014-1025.
- Savaşır, G. (2020). İzmir Kemeraltı Kültürünü Haritalamak. *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, (23), 59-73.
- Sayın, K. Ş., Yeğınboy, E. Y., & Yüksel, İ. (2017). Türkiye'de Medikal Turizm Uygulamaları: Bir Üniversite ve İzmir Sağlık Serbest Bölgesi Değerlendirmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(2), 289-313.
- Seçilmiş, C., & Sarı, Y. (2010). Türkiye'de İllerin Turizm Gelişmişlik Endeksinin Oluşturulmasına Yönelik Bir Araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(32), 117-132.
- Sertkaya Doğan, Ö. (2012). Dikili ve Çevresinde Turizm Faaliyetleri. *Coğrafya Dergisi*, (14), 54-65.
- Sonuc, N. (2020). Social Tourism: An Analysis from The Sustainability Perspective-İzmir Case. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 10(1), 35-52.
- Tandoğan, V. U., & Avcı, E. (2012). Kuşadası'ndaki Seyahat Acentalarının İzmir'in İnanç Turizmi Potansiyelini Değerlendirme Performansı Üzerine Bir Uygulama. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 9(2), 17-33.
- Taş Gürsoy, İ. (2020). Old Kids on the New Block: Engaging Civil Society in Tourism Degrowth. *Almatourism-Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 11(21), 1-22.
- Taş Gürsoy, İ. ve Sonuç, N. (2020). Turizm ve Kültür: Lise ve Üniversite Öğrencilerinin Algılarına İlişkin Metafor Analizi. *OPUS- Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(23), 1809-1828.
- T.C. Kültür Turizm Bakanlığı (2022). Yıllık İl-İlçe Konaklama Tabloları. Erişim adresi: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-208783/yillik-il-ilce-konaklama-tabloları.html>. Erişim tarihi: 08.03.2021.
- TR Dizin (2022). Hakkında. Erişim adresi: <https://trdizin.gov.tr/hakkında/> Erişim tarihi: 03.05.2023.



- Uluçay, D. M. (2017). Gastronomi Turizmi İşletmelerinin Web Siteleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(2), 196-208.
- Ünal, A., & İpar, M. S. (2020). Destinasyon Pazarlamasının Bir Bileşeni Olarak Sokak Lezzetlerinin Değerlendirilmesi: İzmir Örneği. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26, 843-863.
- Wehrich, H. (1982). The TOWS matrix—A Tool for Situational Analysis. *Long Range Planning*, 15(2), 54-66.
- Wilkins, M., & Hall, C. M. (2001). An Industry Stakeholder SWOT Analysis of Wine Tourism in the Okanagan Valley, British Columbia. *International Journal of Wine Marketing*, 13(3), 77-81.
- Velibeyoglu, K. (2016). Regional Acupuncture for Izmir Peninsula: Creating Capital Web for Creative Eco-Tourism. *J. Environ. Prot. Ecol*, 17, 666-674.
- Yentür, F. & Demir, C. (2022). Understanding Travel Agencies Attitudes Towards Gastronomy Tourism and Food Tours: The Case of Izmir Turkey. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 12(2), 674-688.

**Destek Bilgisi:** Bu çalışmanın hazırlanması süresince herhangi bir bireyden ya da kurumdan aynı ya da nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm Akademik Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarına aittir.

**Bilgilendirilmiş Onam Formu:** Yazar kendi rızası ile çalışmaya dâhil olmuştur.

**Etik Kurul Onayı:** Bu çalışma TR Dizin etik kurul izni gerektiren çalışma grubunda yer almamaktadır.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** 1. Yazar = 100%

## EXTENSIVE SUMMARY

**SWOT Analysis in Destination Planning: A Systematic Literature Review on Izmir**

Hümeyra DOĞRU DAŞTAN\*

Izmir is a destination that attracts the attention of visitors in terms of alternative tourism types such as cultural tourism, congress and fair tourism, health tourism and eco-tourism, especially sea and coastal tourism. On the other hand, when compared to other destinations in the Mediterranean region (Barcelona, Athens, Marseille, etc.), which can rival Izmir and attract more tourists than their own population, it is seen that the number of foreign tourists coming to Izmir is insufficient (Izmir Foundation, 2021). SWOT analysis, one of the most frequently used methods in strategic management, helps to reliably identify the internal potential displayed by a tourism destination and its surroundings and used to create general or partial strategies related to any business function (Goranczewski & Pucito, 2010:48). This study aims to identify the strengths and weaknesses of tourism in Izmir and to reveal the opportunities it has and the threats it faces.

SWOT analysis is a technique that lists the strengths and weaknesses of the business, product or destination under examination, as well as the opportunities and threats that may be encountered in the external environment. While strengths and weaknesses are related to the internal environment that can be controlled and changed by the business, opportunities and threats are the external environment elements that cannot be controlled by the business (Ritonga et al., 2018: 1621). Strengths are the positive internal features that the business can use to achieve its strategic performance goals (Daft, 2014:259). Strengths also refer to elements which bring competitive advantage for the destinations or organizations. From a destination perspective, strengths include unique tourism advantages such as natural features, cultural riches, cultural heritage and man-made attractions, well-established leisure facilities and infrastructure, competent human resources and professional service providers, and other distinguishing features of the destination (Rebuya et al. Gasga, 2022: 5).

Weaknesses are internal elements in the internal environment that can hinder or limit the performance of the enterprise (Daft, 2014: 259). Therefore,

weaknesses are factors that are seen as a disadvantage for the operation. In terms of tourism destination, factors such as weak financial situation and government support, insufficient tourism-related infrastructure, insufficient human resources and insufficient technical expertise and lack of local public support can be given as examples of weaknesses (Rebuya et al. Gasga, 2022: 5). Opportunities are elements related to the external environment that have the potential to help the business achieve or exceed its strategic goals (Daft, 2014:260). In terms of destinations, positive changes in tourism legislation, acceleration of economic growth, improvement of the situation in the tourism market, better transport links, technological progress and increased investments can be given as examples (Rebuya and Gasga, 2022: 5). On the other hand, threats are the elements in the external environment that can prevent the enterprise from achieving its strategic goals (Daft, 2014:260). In terms of destination, changes in tourist preferences, economic recession, pandemic, cross-border traffic, travel restrictions, climate change and pollution, natural disasters and other negative unforeseen events can be given as examples (Rebuya and Gasga, 2022: 5).

In the present study, a systematic literature review was conducted in order to reveal the SWOT analysis of Izmir in terms of tourism. First, an advanced search was carried out in order to reach the articles published in the TR Index and Web of Science databases and containing the keywords “Izmir” and “tourism” in the abstract, title, and keywords. The reason for choosing the TR Index database is that the journals in the TR Index are selected by the committees consisting of ULAKBİM TR Index experts, experts and academics in their related fields, depending on the Journal Evaluation Criteria (TR Index, 2022). Web of Science, on the other hand, is a database containing an important wealth of data on scientific content, impact and collaborations on a global scale from 1900 to the present (Clarivate, 2023).

At the end of the search process, a total of 61 articles were found, which were published between 2006 and 2022 and included the keywords “Izmir” and “tourism” in the abovementioned fields of the articles. Second, retrieved articles were scanned as title, abstract and full text, respectively, in order to ensure that only the articles related to the subject were included in the research. Eighteen of the scanned articles were not included in the evaluation as they were not relevant to the subject. As a result, a total of 61 articles were subjected to content analysis. Document analysis, one of the qualitative research methods, was used in the research. Microsoft Excel and SPSS programs were used in the content analysis process.

\*Corresponding author at: University of Greenwich, Faculty of Business, Department of Management and Marketing, E-Mail Address: h.dogrudaстан@greenwich.ac.uk

The first three journals in which the most articles on tourism in Izmir are published are Journal of Tourism & Gastronomy Studies, International Journal of Contemporary Economics & Administrative Sciences and Anatolia: Journal of Tourism Research, respectively. The majority of the articles were published between 2018 and 2022. The research areas of the articles focus on the destination marketing and accommodation sector, respectively, and alternative tourism types such as health tourism, cultural tourism, event tourism and gastronomic tourism. The most commonly used method in articles is interview and document analysis, which are qualitative research methods. A significant part of the articles has sample sizes of 99 or less.

Findings show that scholars mentioned natural resources, historical monuments and ancient cities and favorable climate of Izmir as the most important strengths. Further, they expressed that Izmir has a great potential for alternative tourism types such as adventure tourism, rural tourism, gastronomy tourism, and events tourism. In this context, decision makers should take initiatives for the sustainable development of alternative tourism types, as well as mass tourism, in order to fully utilize this potential. In addition, Izmir stands out as a city that can host international cultural and artistic events thanks to its socio-cultural structure that is open to multicultural interaction and suitable for cultural and artistic activities. Taking initiatives so that such events, festivals and fairs can take place in Izmir will provide important contributions in terms of tourism development. Findings also demonstrate that although İzmir is in an advantageous position in terms of location and accessibility, the lack of direct flights to Izmir from many destinations is one of the factors that negatively affect tourism development. Further, Izmir does not fully utilize its potential due to reasons such as insufficient number of accommodation facilities, food and beverage facilities, lack of trained and specialized workforce, weak link between the academy and the sector, and lack of integrated and strategic planning.

The increase in the effectiveness of social media and mobile applications thanks to the developments in information technologies is one of the most important opportunities that can be evaluated in terms of destinations. So, the more effective use of these technologies in promotional activities will positively affect tourism development if the relevant ministries and institutions provide various trainings to increase the social media literacy of the businesses and destination managers operating in the destination. The most significant factors that threaten the development of the tourism industry in Izmir are ugly and improper housing and construction, environmental pollution and exceeding the carrying capacity together with

the increasing population. Decision makers should prevent this construction that disrupts the historical architecture and texture of the city and creates visual pollution, and should ensure the ecological, sociological and economic sustainable development of Izmir with strategic planning.



# Turizm Akademik Dergisi

## Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



### Müşteri Nezaketsizliği ile Hizmet Telafi Performansı Arasındaki İlişkide Aracı ve Düzenleyici Değişkenlerin Rolü: Otel İşgörenleri Üzerinde Bir Araştırma\* Akkız IŞIK ALBAYRAK<sup>a\*\*</sup>, Mert GÜRLEK<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Bağımsız Araştırmacı, Turizm İşletmeciliği Bilim Uzmanı, Burdur, E-mail: anicegirl03@gmail.com, ORCID: 0009-0005-9809-9014

<sup>b</sup> Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Burdur, E-mail: mertgurlek89@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-0024-7746

#### Öz

Bu araştırmada, müşteri nezaketsizliği ile hizmet telafi performansı arasındaki ilişkide aracı ve düzenleyici değişkenlerin rolünü incelemek amaçlanmıştır. Bu kapsamda, ilk olarak müşteri nezaketsizliğinin hizmet telafi performansı üzerindeki etkisinde yüzeysel davranış ve derin davranışın (duygusal emek boyutları) aracılık rolü incelenmiştir. İkinci olarak ise müşteri nezaketsizliğinin derin davranış ve yüzeysel davranış üzerindeki etkisinde iş arkadaşları desteği ve yönetici desteğinin düzenleyici rolü incelenmiştir. Araştırmanın evrenini Antalya ilinde faaliyet gösteren beş yıldızlı otellerin işgörenleri oluşturmaktadır. Araştırma kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak yapılmıştır. Bu çerçevede 403 otel işgöreninden veri toplanmıştır. Bulgulara göre müşteri nezaketsizliği hizmet telafi performansı üzerinde olumsuz ve anlamlı bir etkiye sahiptir. Müşteri nezaketsizliği derin davranış üzerinde olumsuz ve anlamlı bir etkiye sahiptir. Derin davranış hizmet telafi performansı üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkiye sahiptir. Müşteri nezaketsizliği yüzeysel davranış üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir. Yüzeysel davranış hizmet telafi performansı üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkiye sahiptir. Müşteri nezaketsizliğini hizmet telafi performansı üzerindeki etkisinde derin davranış aracılık rolü oynarken, müşteri nezaketsizliğinin hizmet telafi performansı üzerindeki etkisinde yüzeysel davranış aracılık rolü oynamamaktadır. Ayrıca, yönetici desteği ve iş arkadaşları desteği düzenleyici bir rol oynamamıştır. Değişkenler arasındaki ilişkiler hakkında yeterli çalışma olmadığı dikkate alındığında, bu araştırmanın alanyazına katkı sağlaması beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Müşteri Nezaketsizliği, Hizmet Telafi Performansı, Derin Davranış, Yüzeysel Davranış.

#### The Role of Mediator and Moderator Variables in the Relationship Between Customer Incivility and Service Recovery Performance: A Study on Hotel Employees

#### Abstract

In this research, it is aimed to examine the role of mediator and moderator variables in the relationship between customer incivility and service recovery performance. In this context, firstly, the mediating role of surface acting and deep acting (emotional labor dimensions) in the effect of customer incivility on service recovery performance was examined. Secondly, the moderator role of co-worker support and supervisor support in the impact of customer incivility on deep acting and surface acting was examined. The population of the research consists of the employees of the five-star hotels operating in the province of Antalya. The research was conducted using convenience sampling method. In this context, data were collected from 403 hotel employees. As a result of the findings; customer incivility has a negative and significant effect on service recovery performance. Customer incivility has a negative and significant effect on deep acting. Deep acting has a positive and significant effect on service recovery performance. Customer incivility has no significant effect on surface acting. Surface behavior has a positive and significant effect on service recovery performance. While deep acting plays a mediating role in the effect of customer incivility on service recovery performance, surface acting does not play a mediating role in the effect of customer incivility on service recovery performance. Additionally, supervisor support and co-worker support did not play a moderating role. Considering that there are not enough studies on the relationships between variables, this research is expected to contribute to the literature.

**Keywords:** Customer Incivility, Service Recovery Performance, Deep Acting, Superficial Acting.

JEL CODE: L83, O15

#### Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 24.08.2023

Düzeltilme : 19.09.2023

Kabul : 17.11.2023

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Işık Albayrak, A., Gürlek, M. (2023). Müşteri Nezaketsizliği ile Hizmet Telafi Performansı Arasındaki İlişkide Aracı ve Düzenleyici Değişkenlerin Rolü: Otel İşgörenleri Üzerinde Bir Araştırma, Turizm Akademik Dergisi, 10 (2), 285-306.

\* Bu çalışma, Akkız Işık Albayrak'ın Mert Gürlek danışmanlığında hazırladığı 2023 yılında Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından kabul edilen "Müşteri Nezaketsizliği ile Hizmet Telafi Performansı Arasındaki İlişkide Aracı ve Düzenleyici Değişkenlerin Rolü: Otel İşgörenleri Üzerinde Bir Araştırma" başlıklı Yüksek Lisans Tezinden Üretilmiştir.

Bu araştırma Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu'nun 01.02.2023 tarihli, 2023/02 toplantı numaralı ve GO 2023/68 numaralı kararıyla bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun bulunmuştur.

\*\* Sorumlu yazar e-posta: anicegirl03@gmail.com



## GİRİŞ

Turizm sektörü insan emeğinin yoğun olduğu bir sektördür. Otel işgörenleri ise bu emek yoğun sektörde müşteri memnuniyetinde en önemli role sahiptir (Chen, Wang, & Shih, 2021). Müşteri memnuniyeti, müşteri odaklı bir ekonomide kurumsal başarı için şüphesiz kritik öneme sahiptir. Fakat bu ilkeye aşırı vurgu yapılması, hizmet işgörenleri açısından olumsuz durumların ortaya çıkmasına neden olabilir. Örneğin, müşteriler işletmenin müşteri odaklı bakış açısını istismar ederek işgörelere yönelik nezaketsiz davranışlar sergileyebilirler (Harris & Daunt, 2013).

“Nezaketsizlik, karakteristik olarak nezaketsiz ve saygısız olarak kabul edilen düşük yoğunluklu sapkın bir davranışa atıfta bulunur” (Hershcovis, 2011: 500). Alanyazın, işyeri bağlamında nezaketsizliğin üç geniş kaynağını tanımlar: yöneticiler, iş arkadaşları ve müşteriler (Schilpzand, De Pater & Erez, 2014). Nispeten geç olsa da, araştırmacılar, yöneticiler ve iş arkadaşları dışında nezaketsizliğin müşterilerden de kaynaklanabileceğini keşfetmişlerdir. Müşteri nezaketsizliğinin düşük hizmet kalitesi gibi olumsuz sonuçları vardır (Sliter, Jex, Wolford & McInnerney, 2010). Müşterilerin nezaketsiz davranışları otel işgörenleri için olumsuz sonuçlar doğuracağı için, müşteri nezaketsizliğinin işgören davranışları ve performans ölçütleri ile bağlantısını keşfetmek için daha fazla araştırmaya ihtiyaç vardır (Zahoor & Siddiqi, 2023). Müşteri nezaketsizliğine maruz kalan otel işgörenlerinin işten ayrılma, düşük iş tatmini, iş stresi gibi olumsuz durumlar yaşamasının yanı sıra hayal kırıklığı, kaygı, yalnızlık, depresyon gibi olumsuz duygular yaşaması muhtemeldir (Chen ve ark., 2021).

Müşteri nezaketsizliğini inceleyen araştırmalar artıyor olmasına rağmen, müşteri nezaketsizliğinin farklı sonuçlarına ve müşteri nezaketsizliğinin iş performansı üzerindeki olumsuz etkisinin nasıl yönetileceğine dair ilgi azdır (Harris & Daunt, 2013). İşgörenler, müşteri nezaketsizliği sonucu düşük hizmet telafi performansı gösterebilir. Hizmet telafi performansı, müşterilerin sahip olduğu kötü izlenimleri tersine çevirerek müşterilerin tekrar işletmeye kazanılmasını sağlar (Lin, 2010). Dahası, kanıtlar kaliteli bir hizmet telafinin önceki olumsuz hizmeti telafi etmenin yanında, müşteri memnuniyetini ve müşteri sadakatini, iletişim kalitesini ve olumlu şirket imajını hizmet hatasının öncesinden bile daha ileri seviyelere taşıyabileceği ortaya koymuştur (Cheng, Chen & Chang, 2008). Hizmet telafi performansı, müşterilerin sadakatini ve memnuniyetini geri kazanmada çok önemli bir rol oynamaktadır (Sommovigo, Setti & Argentero, 2019). Müşteri nezaketsizliğinin bu kadar önemli bir kavram olan hizmet telafi performansını olumsuz etkilemesi bu konuyu araştırmaya değer hale getirmektedir. Müşteri nezaketsizliğini hizmet telafi performansı ile

ilişkilendiren çalışmalar yetersizdir (Sommovigo ve ark., 2019; Zahoor & Siddiqi, 2023). Konaklama alanında önceki araştırmalar müşteri nezaketsizliğini daha çok işgörenlerinin işten ayrılma niyeti (Doğantekin, Boğan & Dedeoğlu, 2023; Han, Bonn & Cho, 2016; Kim, Yu, Huang & Lee, 2023; Pu, Ji & Sang, 2022), tükenmişlik (Han ve ark., 2016; Kim & Qu, 2018; Pu ve ark., 2022), kişilerarası çatışmalar (Kim ve ark., 2023), işe bağlılık (Ugwu, Onyishi, Anozie, & Ugwu, 2022; Jang, Jo & Kim, 2020; Zhu, Lam & Lai, 2019), liderlik tarzı (Bani-Melhem, 2020; Boukis, Koritos, Daunt & Papastathopoulos, 2020) gibi değişkenlerle ilişkilendirmişlerdir. Görüldüğü gibi, müşteri nezaketsizliği üzerine daha fazla araştırmaya ihtiyaç vardır. Bu nedenle araştırmamızda müşteri nezaketsizliği ile hizmet telafi performansı arasındaki ilişkide aracı ve düzenleyici değişkenlerin rolünü incelemek amaçlanmıştır.

Müşteri nezaketsizliği gibi öfke uyandıran olaylar, işgörenlerin duygularını düzenleme, duygusal emek sarf etme ihtiyacını yoğunlaştırmıştır ve bu durum nezaketsizlik arttıkça daha zorlayıcı hale gelmiştir (Simillidou, Christofi, Glyptis, Papatheodorou & Vrontis, 2020). Nezaketsiz müşterilerle etkileşimde işgörenler yüzeysel davranış sergileyebilmekte ve bunun olumsuz sonuçları olabilmektedir. Diğer taraftan duygusal emeği harekete geçirebilen işgörenlerin duygusal emeğin diğer boyutu olan derin davranış sergilemesi hem işgörenler hem de müşteriler için olumlu sonuçlar doğurabilmektedir (Simillidou ve ark., 2020). Alanyazında müşteri nezaketsizliği ile hizmet telafi performansı arasındaki ilişkide duygusal emek boyutlarından derin ve yüzeysel davranışın rolü ihmal edilmiştir. Bu boşluğu tamamlamak için, bu çalışmada müşteri nezaketsizliği ile hizmet telafi performansı arasındaki ilişkide aracı değişkenler olarak derin davranış ve yüzeysel davranış (duygusal emek boyutları) ele alınmaktadır.

Yöneticilerin ve iş arkadaşlarının desteği ise müşterilerin getirdiği olumsuz etkileri en aza indirmede işgörenler için etkili bir destekleyici güç olabilir. İş arkadaşı ve yönetici desteğinin müşteri nezaketsizliği ile duygusal tükenme arasındaki ilişkileri düzenlediği doğrulanmıştır (Han ve ark., 2016). İşgörenlerinin, yöneticilerinden ve iş arkadaşlarından aldığı desteğinin, iş tutumları ve performansları üzerinde olumlu bir etkisi olabilir (Loi, Ao & Xu, 2014). Turizm sektöründe müşteri nezaketsizliği sonucu duygusal olarak zarar gören işgörenlerin her şartta hizmet kalitesini devam ettirmesi gerektiğini kaynakların korunumu teorisi ile açıklayabiliriz. Kaynakların korunumu teorisi temel prensibi, kişilerin kendi ihtiyacı olan kaynakları araması gerektiğini, kazanmaya çalışacağını, artırması gerektiğini ve bu kaynakları korumak için tüm olumsuz durumlarla başa çıkma noktasında motive olması gerektiğini belirtmektedir (Mengenci, 2015).

Araştırmanın evreni, beş yıldızlı ve her şey dâhil konsepti ile Antalya'da yer alan otellerin işgörenlerinden oluşmaktadır. Araştırma kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak yapılmıştır. Bu çerçevede 403 otel işgöreninden veri toplanmıştır. Araştırma verileri Kısmi En Küçük Kareler Yapısal Eşitlik Modellemesi/Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) kullanılarak analiz edilmiştir (Ringle, Wende & Becker, 2022).

Bu çalışmanın birkaç temel katkısı bulunmaktadır. Birincisi, konaklama alanında önceki araştırmalar müşteri nezaketsizliğini işgörenlerinin işten ayrılma niyeti (Doğantekin ve ark., 2023; Han ve ark., 2016; Kim ve ark., 2023; Pu ve ark., 2022), tükenme (Han ve ark., 2016; Kim & Qu, 2018; Pu ve ark., 2022), kişilerarası çatışmalar (Kim ve ark., 2023), işe bağlılık (Jang ve ark., 2020; Ugwu ve ark., 2022; Zhu ve ark., 2019), liderlik tarzı (Bani-Melhem, 2020; Boukis ve ark., 2020) gibi değişkenlerle ilişkilendirmişlerdir. Fakat önceki araştırmalar müşteri nezaketsizliğini duygusal emek üzerindeki etkisini, müşteri nezaketsizliğini hizmet telafi üzerindeki etkisinde duygusal emeğin aracılık rolünü; müşteri nezaketsizliğinin duygusal emek üzerindeki etkisinde iş arkadaşları ve yönetici desteğinin düzenleyici rolünü ihmal etmişlerdir. Dolayısıyla bu araştırma yukarıda ileri sürülen araştırma boşluklarını doldurarak alanyazına katkı sağlamaktadır. İkincisi bu araştırma müşteri nezaketsizliğinin sonuçları hakkında uygulayıcılara iç görüler sağlamaktadır.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### Müşteri Nezaketsizliği

Müşteri nezaketsizliği, “müşteri tarafından gerçekleştirilen düşük yoğunluklu sapkın davranış” ya da “karşılıklı nezaket ve saygı sosyal normlarını göz ardı ederek bir işgörene belirsiz bir şekilde zarar verme” olarak tanımlanır (Sliter ve ark., 2010: 468). Otel işgörenlerinin nezaketsiz olduğunu düşündüğü müşteri davranışları arasında aşağılayıcı yorumlar, öfke, nezaketsiz dil, kişisel sözlü saldırılar ve saldırgan beden dili yer alabilir (Medler-Liraz, 2020). Ağırhlama endüstrisinde, müşterilerin kötü davranışları oldukça yaygundur (Kim & Qu, 2018). Müşteri nezaketsizliği üzerine yapılan araştırmalar, bunun duygusal tükenme ve yüksek düzeyde stres üzerindeki etkilerini göstermiştir (Hur, Moon & Han, 2015). Ayrıca, müşteri nezaketsizliği yaşayan işgörenler, işyerinde üretkenlik karşıtı davranışlar sergileme eğilimindedir (Walker, Van Jaarsveld & Skarlicki., 2014). Özellikle konaklama endüstrisinde bir iş yeri stres kaynağı olarak müşteri nezaketsizliği, iş performansını önemli ölçüde azaltır ve verimsiz davranışları artırır (Torres, Van Niekerk & Orłowski, 2017). Bunun yanı sıra müşteri nezaketsizliğinin yaygınlığı, kuruluşlara kayda değer bir maliyet katmaktadır (Aras-

li, Hejraty Namin & Abubakar, 2018). Müşteri nezaketsizliği vakaları, hizmet işgörenlerinin psikolojik sağlığını ve hizmet sunma çabalarını olumsuz etkileyebilir (Boukis, Koritos, Papastathopoulos & Buhalis, 2023). Dolayısıyla, otel işgörenlerinin müşterilerin nezaketsiz davranışlarıyla nasıl başa çıktıklarının dinamiklerini anlamaya yönelik araştırma ilgisi artmaktadır (Alola, Olugbade, Avcı & Öztüren, 2019).

### Hizmet Telafi Performansı

Hizmet telafi, bir hizmet veya ürün beklentileri karşılamada başarısız olduktan sonra, mağdur müşterileri işletmeden memnuniyet durumuna döndürme süreci olarak tanımlanabilir (Boshoff, 1997). Hizmet telafi performansı; müşteri şikâyetlerini doğrudan ele alan, işgörenlerin hizmet başarısızlıklarından sonra müşterileri memnuniyetini ve sadakatini geri kazanmak için giriştikleri davranışlar olarak tanımlanır (Liao, 2007). Hizmetin geri kazanılması konaklama endüstrisinde hizmetin çok önemli bir parçasıdır ve konaklama sektörü işgörenlerinin hizmet başarısızlıklarından sonra müşteri memnuniyetini ve sadakatini tekrar kazanmak için çaba göstermesi gerekir (Liao, 2007). Hizmet telafi performansı literatürü, işgörenin hizmet telafi performansının rolünü keşfetmeye odaklanır (Luo, Guhait, Lee & Madera., 2019). Etkili hizmet telafi, müşterilerle kalıcı bir ilişki kurmaya önemli ölçüde katkıda bulunur ve ilk başarısızlığın bilişsel uyumsuzluğunu düzeltir ve müşteri memnuniyetini geri kazandırır (Zahoor & Khan, 2022). Otel endüstrisinde yaygın olan ve hizmet telafi performansı gerektiren hizmet başarısızlıklarına örnek olarak; check-in sırasında müsait olmayan odalar, yanlış fatura verilmesi, internetin çalışmaması, temiz olmayan odalar, uygun şekilde pişirilmemiş yiyecekler ve konaklama sırasında sunulmayan hizmetler verilebilir (Lee, Singh & Chan, 2011).

### Duygusal Emek Kavramı

Duygusal emek, bir ücret karşılığında iş yerinde duygu yönetimidir. Duygusal emek, bir örgüt ve amaçları tarafından teşvik edilen teşhir kurallarını desteklemek için hem duyguların hem de ifadelerin düzenlenmesi olarak tanımlanmıştır (Zhan, Wang & Shi, 2016). Duygusal emek, bir ücret için “kamuya açık olarak gözlemlenebilir bir fiziksel görüntü oluşturma duygusunun kontrol edilmesi” olarak tanımlanmıştır (Hochschild, 1983: 7). Duygusal emek araştırmasının merkezi odak noktası, bireylerin istenen duygusal gösterileri nasıl elde ettiğidir (Dieffendorff, Croyle & Gosserand, 2005). Bir başka tanıma göre duygusal emek kavramı, “kişilerarası iletişim esnasında örgüte uygun olarak talep edilen duyguları sergilemek için gereken gayret, plan yapma ve kontrol etme” anlamına gelir (Morris & Feldman, 1996: 987; Hennig-Thurau, Groth, Paul & Gremler, 2006: 59).

Konaklama işgörenlerinin temel iş görevlerini yerine getirmeleri gerekliliğinin yanı sıra, iş yerinde özellikle müşterilerle etkileşim kurarken olumlu duygular ifade ederek duygularını yönetmeleri gerekir (Luo ve ark., 2019). İşgörenler, duygularını yönetmek için numara yapma olarak tanımlanan yüzeysel davranış ve hissedilen duygu olarak ifade edilen derin davranış dâhil olmak üzere bir dizi izlenim yönetimi stratejisi kullanırlar (Ashforth & Humphrey, 1993).

### Derin, Yüzeysel ve Doğal Davranış

Duygusal emek, organizasyonel olarak istenen uygun duyguları göstermeye odaklanarak bedensel görünümü oluşturabilmek için duyguların yönetilebilmesi şeklinde tanımlanabilir (Hochschild, 1983). Yüzeysel davranış ve derin davranış duygusal emek davranış stratejisidir. Yüzeysel davranış, içsel duygularda herhangi bir değişiklik olmadan dışsal duygusal ifadenin yönetimini ifade eder. Öte yandan derin davranış, örgütsel olarak istenen duyguyu ifade etmek için bir işgörenin içsel duygularının değiştirilmesini gerektirir (Kim, Jung-Eun Yoo, Lee, & Kim, 2012). İşgörenler yüzeysel davranış sergilediklerinde; olumsuz duygular içinde olsalar bile müşterilere güler yüzlü ve nazik bir sesle hizmet sunarlar. Duygulardaki bu tür bir tutarsızlık, genellikle işgörenlerin iş tatmini üzerinde olumsuz bir etkisi olacak duygusal çatışmalara yol açar (Ashforth & Humphrey, 1993). Öte yandan, derin davranış, kişinin istenen duyguyu ifade etmek için duygularını bilinçli olarak değiştirme çabasını ifade eder (Hochschild, 1983). Müşteri ile etkileşimde olumlu bir sonuçla birlikte, bireyin iş tatmini ve örgütün performansı üzerinde olumlu bir etkisi vardır (Lee, Lee & Chung 2019).

Ek olarak, işyerinde duyguların yönetilmesiyle ilgili olarak, duygusal emek stratejisinin olası üçüncü bir davranış stratejisi olan doğal davranıştan da bahsedebiliriz (Ashforth & Humphrey, 1993). Burada örgütün beklediği duygu ile işgörenin gerçekten hissettiği duygu aynıdır, bu nedenle hizmet sağlayıcılar doğal olarak hissettiklerini ifade ederler (Chung, Jang & Edelson, 2021). Son yıllarda doğal davranışa artan bir ilgi olsa da doğal davranışın etkisini yakalayan sınırlı araştırma vardır (Hoffmann, 2016). Örneğin, doğal davranışın duygusal tükenmeyi, duyursuzlaşmayı ve düşük başarıyı olumsuz yönde etkilediği bulunmuştur (Zhang, Q., Yin, J., Chen, H., Zhang, Q. & Wu., 2020).

### İş Arkadaşı Desteği

İş arkadaşı desteği, işgörenlerin hizmetle ilgili görevlerini yerine getirirken iş arkadaşlarının kendilerine işle ilgili yardım sağladığına inanma derecesi olarak tanımlanmaktadır (Suskind, Kacmar & Borchgrevink, 2007). İş arkadaşı desteği, stresi, rol çatışmasını ve aşırı rol yükünü azaltarak bir işgörenin iyi oluşunu artırır-

bilir (Chiaburu & Harrison, 2008). Aynı zamanda iş ortamını iyileştirir ve işgörenin işteki zorluklarla başa çıkmak için daha fazla güce ve enerjiye sahip olması sayesinde olumlu duyguları ve özgüveni tetikler (Singh, Selvarajan & Solansky, 2019). İş arkadaşı desteği, işgörenin örgütsel zorluklarla başa çıkma kapasitesini geliştiren olumlu duygular ve özgüven yaratır böylece psikolojik gelişmenin kişisel kaynağını geliştirir (Rousseau, Salek, Aubé & Morin, 2009). İş arkadaşı desteğinin kaynağı genişledikçe, işgörenlerin kişilerarası ve örgütsel sorunlarla başa çıkmada kapasite geliştirmelerine olanak sağlar (Huppert, 2009).

### Yönetici Desteği

Yönetici desteği; işgörenlerin, yöneticilerin onların emeklerine ne kadar değer verdiğine ve onların refahını ne kadar dikkate aldığına ilişkin bir görüşüdür (Kotke & Sharafinski, 1988). Yöneticiler, organizasyondaki farklı gruplar içinde adil süreç, özerklik ve açık iletişim uygulayarak psikolojik güvenliği ve olumlu duyguyu artırabilir (Lee, 2021). Özellikle, işgörenler zor veya yeni bir çalışma koşuluyla karşı karşıya kaldıklarında yönetici desteği olumlu bir rol oynar (Kumar & Mokashi, 2020). Yönetici desteği ile hizmet performansı arasındaki ilişki önceki çalışmalarla doğrulanmıştır. İşgörenler üstlerinden destekleyici bir davranış algıladıklarında, yüksek performansla karşılık vermektedirler (Oentoro, Popaitoon, & Kongchan, 2016).

### HİPOTEZ GELİŞİMİ

#### Teori

Kaynakların korunumu teorisi, pozitif psikoloji alanında gelişen bir teoridir (Rusdi & Wibowo, 2022). Kaynakların Korunumu Teorisi, bireyler için değerli kaynakların elde edilmesi, korunması ve artırılması için çabaladıklarını ileri sürmektedir (Yürür, 2011). Kaynakların korunumu teorisinin bir başka ilkesi, insanların kaynak kaybından korunabileceğini, bu kayıplardan kurtulabileceğini ve kaynaklara yatırım yaparak kaynak kazanabileceğini belirtmektedir. Teori özünde, insanların mevcut kaynakları korumak ve yenilerini edinmek için motive olduklarını ve kaynakların bireyin hedeflerine ulaşılmasına katkıda bulunduğunu algıladığı her şeyi içerdiğini ileri sürer (Halbesleben, Neveu, Paustian-Underdahl & Westman, 2014). Diğer taraftan Kaynakların Korunumu Teorisi kaybedilen kaynakların diğer kaynaklarında kaybolmasına neden olabileceğini ve böylece kayıp sarmalının ortaya çıkabileceğini ileri sürmektedir (Hobfoll, 2001).

Kaynakların Korunması teorisinden bakıldığında; müşteri nezaketsizliğinin işgörenlerin duygusal ve bilişsel kaynaklarını tüketebilen sosyal bir stres etkeni olarak kabul edilebileceğini öne sürebiliriz (Kern &



Grandey, 2009). Bu mantığı destekler şekilde, konaklama endüstrisine uygulanan müşteri nezaketsizliğinin, psikolojik kaynak tükenmesiyle sonuçlanması da mümkün olabilir (Auh, Menguc, Thompson & Uslu, 2022). Benzer şekilde bu olumsuz sonuç hizmet telafi performansını da olumsuz etkileyeceğini varsayıyoruz. Kaynak korunumu teorisi, mevcut araştırmanın kapsayıcı teorik çerçevesi olarak uygundur, çünkü müşteri nezaketsizliği, hizmet işgörenlerinin duygusal ve fiziksel kaynaklarını tüketen bir durumdur ve durumun oluşturduğu kaynak kaybının tekrar geri kazanılması gerekir (Hobfoll, 1989).

### **Müşteri Nezaketsizliği ve Hizmet Telafi Performansı**

Başarısızlık olaylarında müşteri kaybını azaltmak için, hizmet telafi, müşteri memnuniyetsizliğiyle ilgili sorunları çözebilen, aynı zamanda müşteri sadakatini ve sonrada şirket karlılığını artıran etkili bir araç olarak kabul edilmiştir (Hart, Heskett & Sasser, 1990). Hizmet telafi faaliyetlerinde işgörenlerin hizmet hatalarını çözmek için yapılandırılmış ve standart rutinleri (örneğin, hizmet başarısızlıklarının olası nedenlerini belirlemek için müşterilerin şikâyetlerini analiz etmek ve mevcut telafi faaliyetlerini müşterilerin yanıtlarına göre düzenlemek) takip etmesi gerekir (Jong & De Ruyter, 2004). Kaynak korunumu teorisinin kaynakları koruma perspektifiyle uyumlu olarak, müşteri nezaketsizliği, hizmet işgörenlerinin nezaketsiz ve küçümseyici müşteri davranışlarıyla yüzleşip bunlarla baş etmeye çalışırken zihinsel ve duygusal kaynaklarını (örn. öz saygı, öz değer, işe bağlılık) tüketir (Auh ve ark., 2022). Böylece işgörenin hizmet telafi için ihtiyaç duyduğu kaynaklara sahip olamaz ve hizmet telafi performansı düşer. Yukarıdaki argümanlara dayanarak aşağıdaki hipotez ileri sürülmüştür.

H1: Müşteri nezaketsizliği hizmet telafi performansını olumsuz ve anlamlı etkilemektedir.

### **Derin Davranışın Aracılık Etkisi**

Müşteri nezaketsizliği, işgörenlerin duygularını olumsuz etkiler, enerjilerini ve kaynaklarını tüketir. Bu da işgörenlerin duygu yönetimini zorlaştıracaktır. Dolayısıyla müşteri nezaketsizliği uyumlu iç ve dış duygular türeten, duygusal uyumsuzluğu azaltan derin davranış sergilemeyi olumsuz etkileyebilir (Auh ve ark, 2022). Kaynakların korunumu teorisinden yola çıkarak, çalışma ortamındaki her bireyin başarılı olmak için kaynakları geliştirdiğine, koruyup muhafaza ettiğine inanılır. Bu kaynaklar sosyal çevreyi ve işgörenlerin duygu durumunu içerebilir (Simillidou ve ark., 2020). Kaynakların korunumu teorisinin kaynak edinme perspektifinden baktığımızda; işgörenler kendisinden istenilen davranışları benimseyip kendi duygularıyla birleştirerek, yani derinden davranış sergileyerek kay-

nak kazanımına yönelebilir (Brotheridge & Lee, 2002). Bu yüzden derin davranış hizmet telafi performansı ile pozitif olarak ilişkilidir (Luo ve ark., 2019). Yani derin davranış sergilemek, hizmet sırasında oluşan hataları telafi etmek için sergilen performans olan hizmet telafi performansını olumlu olarak etkileyebilir (Zhan, Luo, Ding, Zhu & Guo, 2020).

Müşteri nezaketsizliğinin derin davranış ile bağlantısı, kaynakların korunması teorisinin kaynak kaybı ilkesine dayalı olarak negatif bir ilişkiyi öngörürken, derin davranış ve hizmet telafi performansı bağlantısı, kaynak edinme perspektifine dayalı olarak pozitif bir ilişkiyi öngörür. Nezaketsiz müşteriler işgörenler için en büyük stres kaynaklarından biridir, işgören stresli olduğu durumlarda mevcut duygusal kaynaklarını da tüketecektir. Derin davranış sergilemek için de mevcut kaynakları yetersiz kalacaktır. Derin davranış sergileme azalacağı için, bu da derin davranış ile pozitif ilişkide olan hizmet telafi performansının dolaylı olarak olumsuz etkilenmesiyle sonuçlanabilir. Buna göre, aşağıdaki hipotezleri öneriyoruz:

H2: Müşteri nezaketsizliği derin davranışı olumsuz ve anlamlı etkilemektedir.

H3: Derin davranış hizmet telafi performansını olumlu ve anlamlı olarak etkilemektedir.

H6: Müşteri nezaketsizliğinin hizmet telafi performansı üzerindeki etkisinde derin davranış aracılık rolü oynamaktadır.

### **Yüzeysel Davranışın Aracılık Etkisi**

Müşteri nezaketsizliğine maruz kalan hizmet işgörenleri ne kadar çok müşteri nezaketsizliği yaşarlarsa, o kadar yüzeysel davranabilirler, çünkü müşteri nezaketsizliği, iş gereksinimlerini sadece yüzeysel olarak karşılayan etkisiz duygusal düzenleme stratejilerini tetikleme olasılığı yüksektir (Hur ve ark., 2015). Bu nedenle, müşterilerden nezaketsizlik yaşayan hizmet işgörenleri, nezaketsiz müşterilerle iletişimini mümkün olan en kısa sürede tamamlamak için yüzde görünen ifadeleri değiştiren yüzeysel davranış sergilemeyi artırabilir (Wu & Shie 2017). İşgörenlerin hissetmedikleri şekilde davranmaları, iç ve dış yapıları arasında uyumsuzluğa neden olacaktır. Yani işgören aslında hissetmediği şekilde davranarak mevcut duygusal kaynaklarının tükenmesine neden olacaktır (Szczygiel & Bazin'ska, 2021). Bu yüzden yüzeysel davranışın zararlı etkisi, kaynakları tüketen doğasına atfedilebilir çünkü yüzeysel aktörler, hissedilen ve ifade edilen duygular arasındaki tutarsızlıkla yüzleşmek zorundadır (Brotheridge & Lee, 2002; Grandey, 2003). Kaynakların korunumu teorisine göre, işgörenler yüzeysel davranış sergilerken aşırı iş stresi yaşayabilir (Özdemir & Tarım, 2022) ve yüzeysel dav-

ranış büyük miktarda bilişsel ve motivasyon kaynağı gerektirir ve duygusal rezervleri tüketir, bu da iş tatmini ve iş performansını olumsuz yönde etkiler (Kim, Hur, Moon & Jun, 2017). İşgörenler duygularını yönetmek için çaba harcadıkça kaynak kaybına uğramaktadır (Hameed & Bashir, 2017).

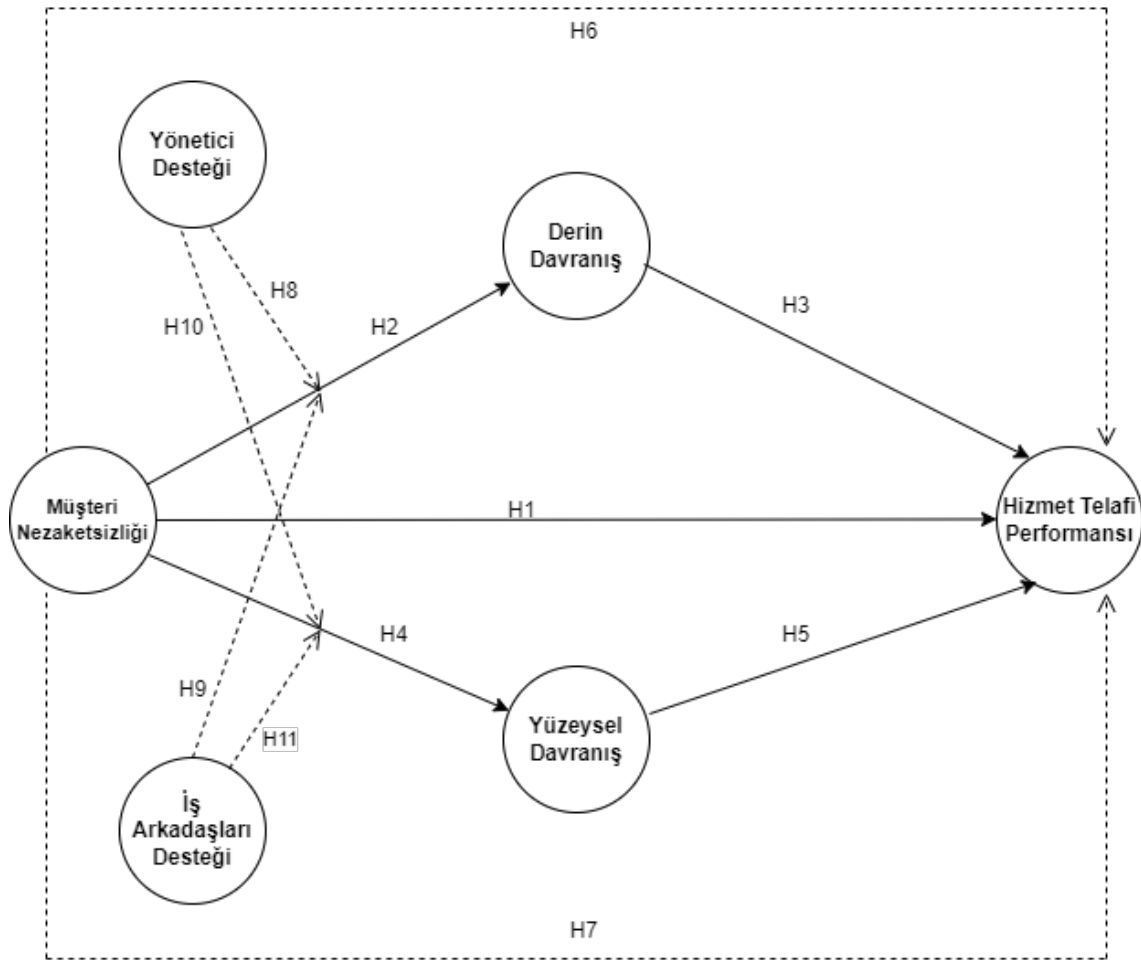
Yüzeysel davranış daha fazla yorgunluk, artan tükenmişlik ve işten ayrılma niyetleri ve azalan iş tatmini ile ilişkilidir. Bu nedenle, yüzeysel davranış daha çok olumlu duygularla ilişkilendirilen hizmet telafi performansı ile negatif yönde ilişkili olabilir (Luo ve ark., 2019). Bu bilgilerden hareketle müşteri nezaketsizliği

H5: Yüzeysel davranış hizmet telafi performansını olumsuz ve anlamlı olarak etkilemektedir.

H7: Müşteri nezaketsizliğinin hizmet telafi performansı üzerindeki etkisinde yüzeysel davranış aracılık rolü oynamaktadır.

### Yönetici Desteği ve İş Arkadaşları Desteğinin Düzenleyici Etkisi

Örgütsel yaşamda olumsuz muamele tehdit edici olarak algılanma eğilimindedir ve bu nedenle olumsuz duygu uyandırır; olumlu muamele hoş olarak algılanma



Şekil 1: Araştırma Modeli

yüzeysel davranışı olumlu etkilemektedir. Müşteri nezaketsizliği ile artan yüzeysel davranış işgörenlerin sahip olduğu duygusal kaynakları tüketeceği için bu durumdan hizmet telafi performansı dolaylı olarak olumsuz etkilenecektir. Buna göre, aşağıdaki hipotezleri öneriyoruz:

H4: Müşteri nezaketsizliği yüzeysel davranışı olumlu ve anlamlı etkilemektedir.

eğilimindedir ve bu nedenle olumlu duygu uyandırır (Lazarus, 1993). Sosyal destek işgörenlerin enerji kaynaklarını genişlemesinde önemli bir unsurdur (Hobfoll, 1989). Kaynakların korunumu teorisine göre, işgörenler kişisel kaynakları elde ettikçe, bu kaynakları ek kaynaklar elde etmek için bir araç olarak değerlendirebilirler. Yakın iş arkadaşlarının karşılıklı kaynak kazanma döngüleri geliştirdiğini, burada yardım davranışlarının algılanan iş arkadaşı kişisel desteğini ve



ardından iş arkadaşının yardım davranışlarına karşılık vereceğine olan güvenini artırdığını ileri sürebiliriz (Halbesleben & Wheeler, 2015). İşgörenler kaynakların tükenmesi ile başa çıkmak için iş bağlamında iş arkadaşları dışında yöneticilerle etkileşimden de sosyal destek kaynakları elde edebilir (Zhang, H., Zhou, Z. E., Zhan, Y., Liu, C. & Zhang, L., 2018).

İşgörenlerin müşteri nezaketsizliğine maruz kalması sonucu duygusal kaynakları tükeneceği için işgörenler daha az derin davranış sergileyecektir, işgörenin kaynaklarını tekrar kazanabilmek ve duygusal davranış gösterebilmek için iş arkadaşı desteği ve yönetici desteğine ihtiyaç duyulabilir. Ya da müşteri nezaketsizliği sonucu artan yüzeysel davranış sergileme bu sosyal destek sayesinde düzenlenebilir. Bu durum müşteri nezaketsizliği sonucu oluşan kaynak kaybını telafi etmeye yardımcı olabilir.

Yukarıdaki argümanlara dayanarak aşağıdaki hipotez ileri sürülmüştür.

H8: Müşteri nezaketsizliğinin derin davranış üzerindeki etkisinde yönetici desteği düzenleyici bir rol oynamaktadır.

H9: Müşteri nezaketsizliğinin derin davranış üzerindeki etkisinde iş arkadaşları desteği düzenleyici bir rol oynamaktadır.

H10: Müşteri nezaketsizliğinin yüzeysel davranış üzerindeki etkisinde yönetici desteği düzenleyici bir rol oynamaktadır.

H11: Müşteri nezaketsizliğinin yüzeysel davranış üzerindeki etkisinde iş arkadaşları desteği düzenleyici bir rol oynamaktadır.

## YÖNTEM

### Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Antalya'daki 5 yıldızlı ve her şey dâhil konsepti ile faaliyet gösteren otel işletmelerinin işgörenleri oluşturmaktadır. Araştırmamızda Antalya ili, sahip olduğu doğal ve kültürel yapısı sayesinde farklı turizm türlerine ev sahipliği yapması ile Türkiye'nin en önemli turizm kenti olması ve fazla turist çekmesinden dolayı seçilmiştir (Işık & Zoğal, 2017). Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem en kolay ulaşılabilir ve gerekli bilgiyi sağlayabilecek katılımcıların seçilmesini içerir (Hair, Page & Brunsveld, 2019).

Araştırmada evrenin tümüne ulaşmak mümkün değildir. Araştırmamızda da örneklem seçilirken "kolayda örnekleme" yöntemi doğrultusunda anketi cevaplayabilecek işgörenlere ulaşıp anketlerin cevaplanması sağlanmıştır.

Araştırma için otellerin insan kaynakları departmanı ile telefonda konuşularak anket hakkında bilgi verilmiştir. Ankete katılmayı kabul eden otellere anket formları çevrimiçi olarak iletilmiştir. Toplam 403 veri elde edilmiştir. Antalya ilinde 5 yıldızlı otellerde çalışan personel sayısı ile ilgili sürekli hareketlilik olduğu için, net bir veri bulunmamaktadır. Evrenin net olarak belirlenemediği durumlar olduğunda 384 örneklem boyutu yeterlidir (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2014). Dolurulan formlar incelendikten sonra herhangi bir hata olmadığı için, tüm anket formları araştırma verisi olarak kullanılmıştır.

Bu araştırma Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu'nun 01.02.2023 tarihli, 2023/2 toplantı numaralı ve GO 2023/68 numaralı kararıyla bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun bulunmuştur.

### Ölçüm Değişkenleri

Çalışmada 1 (Kesinlikle Katılmıyorum) ve 5 (Kesinlikle Katılıyorum) arasında değişken 5'li likert ölçek kullanılmıştır. Ölçeklerin çoğunluğu İngilizce alanyazınından alınmıştır. İngilizce alanyazınından alınan ölçeklerin Brislin (1970) tarafından öne sürülmüş olan ters çeviri yöntemi ile Türkçeye çevirisi yapılmıştır. Daha önce Türkçe için geçerliliği yapılan ölçek (Pala & Tepeci, 2009) için dilsel geçerlik çalışması yapılmamıştır.

Hizmet Telafi Performansı ölçek için, Boshoff & Allen, (2000) tarafından geliştirilen 5 ifadeli ölçek kullanılmıştır. Müşteri Nezaketsizliğinin ölçülmesi için, Cho, Bonn, Han & Lee (2016) tarafından geliştirilmiş olan 6 ifadeli ölçek kullanılmıştır. Duygusal emeği ölçmek için, Pala & Tepeci (2009) tarafından geliştirilmiş olan duygusal emek ölçeği kullanılmıştır (6 ifade derin davranış ve 6 ifade yüzeysel davranış). Yönetici desteğini ölçülmesinde, Hammer, Saksvik, Nytro, Torvatn & Bayazit, (2004) tarafından geliştirilmiş olan 2 ifadeli ölçek ve Chiu, Chien, Lin & Hsiao, (2005) tarafından geliştirilen beş ifadeli yönetici desteği ölçeğinin üç ifadesi de kullanılmıştır. İş arkadaşı desteğinin ölçülmesinde, Hammer ve ark., (2004) tarafından geliştirilmiş 5 ifadeli ölçek kullanılmıştır.

Cinsiyet, medeni durumu, yaş, eğitim düzeyi, pozisyon (kadro), işletmede çalışma süresi ve otel endüstrisinde çalışma süresi kontrol değişkeni olarak kullanılmıştır.

### Veri Analizi

Verilerin analizinde Kısmi En Küçük Kareler Yapısal Eşitlik Modellemesi/Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) kullanılmıştır (Ringle ve ark., 2022). Keşfedici özellikleri olan çalışmalarda PLS-SEM tavsiye edilmektedir (Hair, Hult,

Ringle & Sarstedt, 2017). Bu araştırmadaki değişkenler arasındaki ilişkileri yeterince incelenmediği için keşifsel karaktere sahiptir. Dolayısıyla PLS-SEM uygun bir analiz aracıdır.

## BULGULAR

### Tanımlayıcı Bulgular

Bu araştırma katılımcılarına ait demografik bulgular Tablo 1'de sunulmuştur. Araştırmaya toplamda 403 kişi katılmıştır. Katılımcıların %44,9'u kadın ve %55,1'i

20 yıl arasındakiler %4, 21 yıl ve üstü olanlar %2,5'dir. Otel endüstrisinde çalışma süresi; 0-5 yıl arasındakiler %52,9, 6-10 yıl arasındakiler %19,1, 11-15 yıl arasındakiler %12,9, 16-20 yıl arasındakiler %8,2, 21 yıl ve üzerindeki %6,9'dur.

### Dış Model

Dış model sonuçları Tablo 2'de sunulmuştur. Gösterge güvenilirliğini incelemek için dış yükler incelenmiştir. Yük değerlerinin çoğunluğu 0.70'i açmıştır. 0.60- 0.70'in arasında kalan yük değerleri incelenmiştir.

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişkenler	Örneklem (n=403)	Oran (%)	Değişkenler	Örneklem (n=403)	Oran (%)
<b>Cinsiyet</b>			<b>Medeni Durum</b>		
Kadın	181	44,9	Evli	207	51,4
Erkek	222	55,1	Bekar	196	48,6
<b>Yaş</b>			<b>Kadro</b>		
18-24	110	27,3	Çalışan	214	53,1
25-31	86	21,3	Şef	57	14,1
32-38	95	23,6	Müdür	61	15,1
39-45	73	18,1	Genel Müdür	4	1
46 ve üzeri	39	9,7	Diğer	67	16,6
<b>Eğitim Düzeyi</b>			<b>Otel endüstrisinde Çalışma Süresi</b>		
İlköğretim	41	10,2	0-5 yıl	213	52,9
Ortaöğretim	111	27,5	6-10 yıl	77	19,1
Ön Lisans	91	22,6	11-15 yıl	52	12,9
Lisans	136	33,7	16-20 yıl	33	8,2
Yüksek Lisans	24	6,0	21 yıl ve üzeri	28	6,9
<b>İşletmede Çalışma Süresi</b>					
0-5 yıl	258	64,0			
6-10 yıl	83	20,6			
11-15 yıl	36	8,9			
16-20 yıl	16	4,0			
21 yıl ve üzeri	10	2,5			

erkektir. Bunlardan %51,4'ü evli, %48,6'sı bektardır. %27,3'ü 28-24 yaş arasında, %21,3'ü 25-31 yaş arasında, %23,6'sı 32-38 yaş arasında, %18,1'i 39-45 yaş aralığında ve %9,7'si 46 yaş ve üzeridir. %10,2'si ilköğretim, %27,5'i ortaöğretim, %22,6'sı ön lisans, %33,7'si lisans, %6'sı yüksek lisans eğitimi almıştır. %53,1'i çalışan, %14,1'i şef, %15,1'i müdür, %1'i genel müdür ve %16,6'sı diğer çalışanlardır. Katılımcılarımızın işletmede çalışma süresi ise; 0-5 yıl arası %64, 6-10 yıl arasındakiler %20,6, 11-15 yıl arasındakiler %8,9, 16-

Bu tür değerler açıklanan ortalama varyans (AVE), bileşik güvenilirlik (BD) ve Cronbach alfa değerlerini kabul edilebilir seviyelerin altına düşürmediği için modelde tutulmuştur. Bununla beraber yüzeysel davranış boyutunda iki ifadenin faktör yükleri söz konusu değerleri bozduğu için analizden çıkarılmıştır. Cronbach alfa değerlerini 0.70'i aşmıştır. Bu yapıların içsel tutarlılığına işaret etmektedir. BG değerleri 0.80'nin üzerindedir. Bu yapı güvenilirliğine işaret etmektedir. AOV

değerleri 0.50'nin üzerindedir. Bu yakınsak geçerliğe işaret etmektedir (Hair ve ark., 2017).

Ayırt edici geçerliği incelemek için The heterotrait-monotrait (HTMT) değerlerinde ve Fornell-Larcker kriterinden yararlanılmıştır. HTMT değerleri 0.85'in altındadır. Dolayısıyla ayırt edici geçerlik sağlanmıştır

(Henseler, Ringle & Sarstedt, 2015). AOV değerlerinin karekökü yapının yapılar arasındaki korelasyonunda daha büyük olduğu için ayırışma geçerli bir kez daha sağlanmıştır (Fornell & Larcker, 1981), (Bkz. Tablo 3).

**Tablo 2.** Dış Model

Değişkenler	Dış Yükler	Cronbach's Alpha	BG	AOV
<b>Müşteri Nezaketsizliği</b>		0.878	0.898	0.612
MK1	0.834			
MK2	0.833			
MK3	0.852			
MK4	0.632			
MK5	0.788			
MK6	0.734			
<b>Derin Davranış</b>		0.875	0.880	0.617
DD1	0.760			
DD2	0.822			
DD3	0.722			
DD4	0.770			
DD5	0.841			
DD6	0.791			
<b>Yüzeysel Davranış</b>		0.734	0.812	0.532
YD1	0.641			
YD3	0.809			
YD4	0.636			
YD5	0.812			
<b>Hizmet Telafi Performansı</b>		0.887	0.888	0.689
HK1	0.813			
HK2	0.857			
HK3	0.814			
HK4	0.858			
HK5	0.808			
<b>Yönetici Desteği</b>		0.919	0.921	0.755
YÖD1	0.880			
YÖD2	0.842			
YÖD3	0.890			
YÖD4	0.882			
YÖD5	0.849			
<b>İş Arkadaşları Desteği</b>		0.892	0.904	0.700
İAD1	0.838			
İAD2	0.873			
İAD3	0.738			
İAD4	0.868			
İAD5	0.858			

Not: BG=bileşik güvenirlik ( $\rho_a$ ); AOV= açıklanan ortalama varyans.

## İç Model

Dış modelde ilgili geçerlik ve güvenilirlik şartları karşılandığı için iç modelin değerlendirilmesine geçilmiştir. İç modelin değerlendirilmesinde alanyazındaki adımları izlenmiştir (Hair ve ark., 2017; Uşaklı & Küçükergin, 2018). İç model sonuçları Tablo 4'te sunulmuştur.

Varyans şişirme faktörü (VIF) arasında 5'i aşan değer olmadığından, çoklu doğrusal bağlantı sorunu yoktur (Hair ve ark., 2017). 0.75, 0.50 ve 0.25 şeklinde R<sup>2</sup> değerleri sırasıyla önemli, orta ve zayıf olarak değerlendirilmektedir (Hair, Ringle & Sarstedt, 2011). Görüldüğü gibi bağımlı değişkenin R<sup>2</sup> değeri kabul edilebilir sınırlar içerisinde. 0,00, 0,25 ve 0,50'den büyük Q<sup>2</sup> değerleri yapısal modelin küçük, orta ve büyük düzeyde yordama ilişkisine sahip olduğu göstermektedir (Hair, Risher, Sarstedt & Ringle, 2019). Görüldüğü gibi bağımlı değişkenin Q<sup>2</sup> değeri kabul edilebilir sınırlar içerisinde. 0.02, 0.15 ve 0.35 f<sup>2</sup> değerleri küçük, orta ve büyük olarak sınıflandırılmaktadır. Görüldüğü gibi, f<sup>2</sup> değerleri kabul edilebilir sınırlar içerisinde (Cohen, 1992).

Müşteri nezaketsizliği hizmet telafi performansı üzerinde olumsuz ve anlamlı bir etkiye sahiptir ( $\beta = -0.077$ ;  $p < 0.05$ ). Müşteri nezaketsizliği derin davranış üzerinde olumsuz ve anlamlı bir etkiye sahiptir ( $\beta = -0.271$ ;  $p < 0.001$ ). Derin davranış hizmet telafi performansı üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

( $\beta = 0.524$ ;  $p < 0.001$ ). Müşteri nezaketsizliği yüzeysel davranış üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir ( $\beta = 0.009$ ;  $p = 0.894$ ). Bu sonuçlara göre H1, H2, H3 desteklenirken, H4 desteklenememiştir. Yüzeysel davranış hizmet telafi performansı üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkiye sahiptir ( $\beta = 0.331$ ;  $p < 0.001$ ). Hipotez gelişiminde bu etkinin olumsuz olacağı varsayılmıştır. Fakat analiz sonuçları etkinin olumlu olduğu göstermiştir. Bu bulgu tartışma kısmında tartışılacaktır. Kontrol değişkenleri açısından, sadece otel endüstrisinde çalışma süresi derin davranış olumlu ve anlamlı olarak etkilemiştir ( $\beta = 0.222$ ;  $p < 0.001$ ). Diğer kontrol değişkenlerinin araştırma değişkenleri üzerinde bir etkisi yoktur.

Aracılık hipotezlerinin test edilmesinde Zhao, Lynch Jr & Chen, (2010) yönergesi takip edilmiştir. Müşteri nezaketsizliğini derin davranış yoluyla hizmet telafi performansı üzerindeki dolaylı etkisi anlamlıdır (dolaylı etki = -0.142;  $p < 0.001$ ). Diğer taraftan müşteri nezaketsizliği yüzeysel davranış yoluyla hizmet telafi performansı üzerindeki dolaylı etkisi anlamsızdır (dolaylı etki = 0.003;  $p = 0.052$ ). Dolayısıyla H6 desteklenirken, H7 reddedilmiştir, (Bkz. Tablo 5).

Tablo 6'da görüldüğü gibi, etkileşim değişkenleri derin davranış ve yüzeysel davranış üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir (Henseler & Fassott, 2010). Dolayısıyla yönetici desteği ve iş arkadaşları desteğinin düzenleyici bir rol oynamadığı tespit edilmiştir. H8, H9, H10 ve H11 reddedilmiştir.

**Tablo 3.** Ayırt Edici Geçerlik

	HTMT Kriteri							
	1)	2)	3)	4)	5)	6)	7)	8)
1. Derin Davranış Kabalığı Rkad								
2.Hizmet Telafi Perf.	0.842							
3. Müşteri Nezaketsizliği	0.256	0.216						
4. Yönetici Desteği	0.744	0.707	0.160					
5. Yüzeysel Davranış	0.706	0.737	0.164	0.525				
6. İş Arkadaşları Desteği	0.682	0.708	0.210	0.712	0.476			
	Fornell-Larcker Kriteri							
1. Derin Davranış	<b>0.786</b>							
2.Hizmet Telafi Perf.	0.744	<b>0.830</b>						
3. Müşteri Nezaketsizliği	-0.250	-0.205	<b>0.783</b>					
4. Yönetici Desteği	0.673	0.639	-0.158	<b>0.869</b>				
5. Yüzeysel Davranış	0.642	0.662	-0.002	0.506	<b>0.730</b>			
6. İş Arkadaşları Desteği	0.608	0.638	-0.209	0.651	0.488	<b>0.837</b>		



**Tablo 4.** Hipotez Testi

Hipotezler	Yol katsayısı	T değeri	VIF	f <sup>2</sup>	Sonuç
H <sub>1</sub> Müşteri Nezaketsizliği -> Hizmet telafi perf.	-0.077 [-0.144;- 0.004]	2.179	1.120	0.020	Desteklendi
H <sub>2</sub> Müşteri Nezaketsizliği -> Derin Davranış	-0.271[-0.358;- 0.145]	5.044	1.009	0.082	Desteklendi
H <sub>3</sub> Derin Davranış -> Hizmet telafi perf.	0.524[0.428; 0.611]	10.930	1.844	0.386	Desteklendi
H <sub>4</sub> Müşteri Nezaketsizliği -> Yüzeysel Davranış	0.009[-0.101; 0.192]	0.133	1.000	-	Desteklenmedi
H <sub>5</sub> Yüzeysel Davranış -> Hizmet telafi perf.	0.321[0.230; 0.412]	6.821	1.729	0.155	Desteklenmedi*
<b>Kontrol Değişkeni</b>					
Otel endüstrisinde Çalışma Süreniz -> Derin Davranış	0.222 [0.130; 0.303]	5.175	1.009	0.055	
Hizmet telafi perf. R <sup>2</sup> =615, Q <sup>2</sup> = 0.418					

\*Etkinin yönü bakımından desteklenmemiştir.

## TARTIŞMA

### Bulguların Özeti

Bu araştırma müşteri nezaketsizliği ve hizmet telafi performansı arasında aracı değişkenler olarak derin ve yüzeysel davranış; müşteri nezaketsizliğinin derin

davranış ve yüzeysel davranış üzerindeki etkisinde düzenleyici değişkenler olarak iş arkadaşı ve yönetici desteğini incelemek için tasarlanmıştır. Bulgularımıza göre H<sub>1</sub>, H<sub>2</sub>, H<sub>3</sub> hipotezlerimizle uyumlu olarak; müşteri nezaketsizliği hizmet telafi performansı ve derin davranış sergileme üzerinde olumsuz bir etkiye sahiptir, derin

**Tablo 5.** Aracılık Analizi

Hipotezler	Dolaylı Etki [95% BC CI]	t-değeri	P-değeri	Aracılık Türü
H <sub>6</sub> Müşteri Nezaketsizliği -> Derin Davranış -> Hizmet telafi perf.	-0.142 [-0.194; -0.082]	4.970	0.000	Tamamlayıcı Aracılık
H <sub>7</sub> Müşteri Nezaketsizliği -> Yüzeysel Davranış -> Hizmet telafi perf.	0.003 [-0.033; 0.064]	0.131	0.896	Aracılık Yok

**Tablo 6.** Düzenleyici Etki Sonuçları

Hipotezler	Düzenleyici Etki [95% BC CI]	t-değeri	P-değeri	Sonuç
H <sub>8</sub> : Yönetici Desteği x Müşteri Nezaketsizliği -> Derin Davranış	-0.087 [-0.228; 0.049]	1.233	0.218	Desteklenmedi
H <sub>9</sub> : İş arkadaşları desteği x Müşteri Nezaketsizliği -> Derin Davranış	0.004 [-0.116; 0.123]	0.057	0.954	Desteklenmedi
H <sub>10</sub> : Yönetici Desteği x Müşteri Nezaketsizliği -> Yüzeysel Davranış	-0.139 [-0.292; 0.009]	1.833	0.067	Desteklenmedi
H <sub>11</sub> : İş arkadaşları desteği x Müşteri Nezaketsizliği -> Yüzeysel Davranış	0.015 [-0.115; 0.148]	0.221	0.825	Desteklenmedi

davranış hizmet telafi performansı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Bu sonuçlar diğer endüstrilerde yapılan araştırmalarla tutarlıdır (Sommovigo ve ark., 2019; Auh ve ark., 2022; Michel, Bowen & Johnston, 2009). Buradan yola çıkarak araştırmanın teorik çerçevesini oluşturan kaynakların korunumu teorisine dayalı olarak olarak müşteri nezaketsizliği ile duygusal kaynakları tükenen işgörenlerin, kaynak kullanımını gerektiren hizmet telafi performansını noktasında da olumsuzluklar yaşadıklarını söylemek mümkündür (Zahoor & Siddiqi, 2023). Diğer taraftan müşteri nezaketsizliği ile kaynakları tükenen işgören, duygusal kaynak gerektiren derin davranış sergileme konusunda da olumsuzluklar yaşamaktadır. Çalışmamızın bulguları da kaynakların korunma teorisini ile bu açıdan uyumludur.

Araştırma bulgularına göre müşteri nezaketsizliği yüzeysel davranış üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir. Bu bulgu H4 hipotezimizi desteklememiştir. Bu sonuç daha önceki alanyazın ile uyumsuzdur (Szczygiel & Bazin 'ska, 2021). Diğer bir bulguda ise yüzeysel davranış hizmet telafi performansı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Hipotez gelişiminde bu etkinin olumsuz olacağı varsayılmıştır. Fakat analiz sonuçları etkinin olumlu olduğunu göstermiştir. Bu nedenle H5 etkinin yönü bakımından desteklenmemiştir. Bu bulgu alanyazınla tutarsızdır (Luo ve ark., 2019) ve aşağıda irdelenecektir. Kontrol değişkenleri açısından, sadece otel endüstrisinde çalışma süresi derin davranış olumlu ve anlamlı olarak etkilemiştir. Diğer kontrol değişkenlerinin araştırma değişkenleri üzerinde bir etkisi yoktur.

Aracılık hipotezlerinin test edilmesinde Zhao ve ark. (2010) yönergesi takip edilmiştir. Müşteri nezaketsizliği derin davranış yoluyla hizmet telafi performansı üzerindeki dolaylı etkisi anlamlıdır. Diğer taraftan müşteri nezaketsizliğinin yüzeysel davranış yoluyla hizmet telafi performansı üzerindeki dolaylı etkisi anlamsızdır. Dolayısıyla H6 desteklenirken, H7 reddedilmiştir.

Araştırma sonucunda şaşırtıcı şekilde H4, H5 ve H7 hipotezlerimizin desteklenmemesinin nedeni araştırmanın her şey dâhil otellerde yapılmış olması olabilir. Çünkü her şey dâhil oteller seri üretim gibi çalışmaktadır (Yener Erköse, 2019). Bu yüzden her şey dâhil otellerde işgören-müşteri iletişimi sınırlıdır ve işgörenlerin duyguları daha az önemli olabilir. Her şey dâhil otellerde hizmet genelde standarttır. Örneğin, yemekler, oda, tesis imkânları her müşteri için standarttır (Üner, Sökmen & Birkan, 2006). Bu yüzden işgörenler müşteri ile bu standart hizmet sunumunda kısa süre etkileşimde kalmaktadır ve bu kısa sürede yüzeysel davranış sergilemeyi tercih etmesi muhtemel olabilir. Telafi performansı açısından baktığımızda da durum böyle olabilir, örneğin işgörenler müşterilerin soğuk olan çayını hemen kısa sürede yenisi ile değiştirebi-

li. Burada kişiye özel hizmet olmadığı için müşteriye yapılan servis ve telafi performansı süresi kısa olacağı için kısa vadede işgörenler yüzeysel davranıştan faydalanabilir. Müşteri ile kurulan samimiyete bağlı olan iletişimler, her şey dâhil sistemin getirdiği standartlaşma ile yerini basit bir gülümsemeye bırakmıştır (Yener Erköse, 2019). Her şey dâhil sistemi bu sistemden önce müşteri hakkında her önemli detayı bilen, müşterilerle güzel bağlar kuran işgören özelliğini de önemsizleştirmiştir (Bostan, Armağan & Süklüm, 2006). Bu bilgilerden yola çıkarak her şey dâhil sistemin işgören müşteri ilişkisini asgari düzeye indirdiğini ve bu yüzden işgörenlerin kısa vadede yüzeysel davranmayı tercih edebileceğini varsayabiliriz. Araştırma işgören-müşteri iletişiminin daha yoğun olduğu butik otellerde yapıldığında ise sonuç hipotezlerimizle uyumlu olabilir.

Önceki araştırmalarda, iş arkadaşı ve yönetici desteğinin hafifletici etkileri noktasında bir belirsizlik olduğu da belirtilmiştir (Beehr, Farmer, Glazer, Gudanski & Nair, 2003). Bulgularımızın sonucuna göre de yönetici desteğinin ve iş arkadaşları desteğinin düzenleyici bir rol oynamadığı tespit edilmiştir. H8, H9, H10 ve H11 hipotezleri reddedilmiştir. Bunun sebebi Antalya'daki otellerde genellikle sezonluk işgörenlerin olması (Yıldırım & Ceyhan, 2020) iş arkadaşları ve yönetici desteğinin olmamasını etkileyebilir. Çünkü bu durumda sürekli otel işgörenleri değişebilir, bunun sonucu olarak iş arkadaşlarının birbirleriyle ve yöneticileriyle olan ilişkileri zayıf olabilir. Sonuç olarak işgörenler, kaynakların korunması teorisine (Hobfoll, 1989) göre işgörenlerin enerji kaynaklarını genişlemesinde önemli bir unsur olan iş arkadaşları ve yönetici desteğinden mahrum kalmış olabilirler.

### Teorik Katkı

Bu araştırmada, müşteri nezaketsizliği ile hizmet telafi performansı arasındaki ilişkide aracı ve düzenleyici değişkenlerin rolünü incelemek amaçlanmıştır. Bu kapsamda, ilk olarak müşteri nezaketsizliğinin hizmet telafi performansı üzerindeki etkisinde yüzeysel davranışın ve derin davranışın (duygusal emek boyutları) aracılık rolü incelenmiştir. İkinci olarak ise müşteri nezaketsizliğinin derin davranış ve yüzeysel davranış üzerindeki etkisinde iş arkadaşları desteği ve yönetici desteğinin düzenleyici rolü incelenmiştir. Alanyazında müşteri nezaketsizliği hakkında çok sayıda çalışma olmasına rağmen (Doğantekin ve ark., 2023; Pu ve ark., 2022, Kim ve ark., 2023; Han ve ark., 2016; Kim & Qu, 2018; Kim ve ark., 2023; Jang ve ark. 2020; Ugwu ve ark., 2022; Zhu ve ark., 2019; Bani-Melhem, 2020; Boukis ve ark., 2020), müşteri nezaketsizliğini duygusal emek üzerindeki etkisini, müşteri nezaketsizliğini hizmet telafi performansı üzerindeki etkisinde duygusal emeğin aracılık rolünü; müşteri nezaketsizliğinin

duygusal emek üzerindeki etkisinde iş arkadaşları ve yönetici desteğinin düzenleyici rolünü ihmal etmişlerdir. Lages ve ark. (2023), tarafından yapılan sistematik inceleme ve bibliyometrik analiz çalışması buna kanıt olarak gösterilebilir.

Araştırma sonucumuzda müşteri nezaketsizliğinin işgörenlerin derin davranış sergilemesi üzerinde azaltıcı etkisinin çıkması ve derin davranışın hizmet telafi performansını olumlu etkilemesi duygusal kaynakları elde tutmanın önemini ortaya koymaktadır. Kaynakların korunumu teorisine göre mevcut kaynakların elde tutulması için kaynakları tüketen etkenlerin belirlenmesi önemlidir. Bu durumda, araştırmamız literatüre katkı sağlayacaktır.

Önceki araştırmaların bulguları, sosyal desteğin hafifletici etkilerinin oldukça zayıf, tutarsız ve belirsiz olduğunu göstermiştir. Bu nedenle bilim adamları tarafından bu tutarsız bulguları çözmeye daha kapsamlı bir bağlam incelemesi talep edilmiştir (Beehr ve ark., 2003). Çalışmamız, otel işletmelerinde müşteri nezaketsizliği ile derin davranış ve yüzeysel davranış arasındaki ilişkide iş arkadaşı desteğinin ve yönetici desteğinin aracılık rolü oynamadığını ortaya koyarak literatüre katkıda bulunmaktadır.

### Uygulamaya Katkı

Bu çalışma uygulama anlamında birkaç katkı ortaya koymaktadır. Çalışmada müşteri nezaketsizliğinin hizmet telafi performansını olumsuz etkilediği ortaya konulmuştur. Bu sebeple emek yoğun çalışılan turizm sektöründe yöneticiler müşteri nezaketsizliğine maruz kalan işgörenlerine gereken desteği sağlamalıdır. Örneğin müşteri nezaketsizliğine uğrayan işgören mola-ya çıkartılabilir. İşgörenin çalışmaya devam etmemesi olumsuz durumun etkisini en aza indirmesi açısından önemli olabilir. Ya da işletmeler iş verimliliği için, müşteri nezaketsizliğine maruz kalan işgörenlerine psikolojik destek sağlamalıdır. Örneğin bunun için otelerde bir psikolojik danışman istihdam edilebilir. Aksi takdirde nezaketsizliğe maruz kalan işgörenin başarısızlığı işletme başarısızlığına dönüşecektir.

Aynı zamanda müşteri nezaketsizliği derin davranışı da olumsuz etkilemektedir. Bu yüzden yöneticisi tarafından, müşteri nezaketsizliğine maruz kalan işgörenin çalışma yeri değiştirilebilir ya da çalışma saatleri değiştirilebilir. Böylelikle işgören farklı bir ortamda duygusal kaynaklarını yeniden düzenleyebilir.

Bulgularımız sonucunda derin davranış sergileme hizmet telafi performansını da olumlu etkilemektedir. Bu nedenle işletmeler işgören odaklı bir yaklaşım benimsemelidir. Turizm sektöründe müşteri daima haklıdır bakış açısının esnetilmesi gerekir. İşgörenlerin

işletme için önemli olduğu hissettirilmelidir. Örneğin işletmeler işgörenlerine özel günlerinde hediye yapabilir. Ya da işgörenlerine performansı karşılığında prim verilebilir. Bunlar sayesinde işgörenlerin kendilerini işletmeye ait hissetmeye derin davranış sergilemesini sağlayacaktır. Bu durumda daha başarılı bir hizmet telafi performansını beraberinde getirecektir. Aksi takdirde işletmede sürekli işgören sirkülasyonunun olması işletme başarısızlığına kaçınılmaz kılacaktır.

Müşteri nezaketsizliğini hizmet telafi üzerindeki etkisinde derin davranış aracılık rolü oynamaktadır. Bu yüzden işgörenlerin kendini çalıştıkları ortamda rahat hissetmeleri için kriz anında işgörenin fikirleri de dikkate alınarak çözüm üretilebilir bu sayede fikirleri önemsenen işgören kendini yetkin görecektir, derin davranış sergileme noktasında daha iyi olacak ve hizmet hatasını daha iyi telafi edebilecektir.

Genel olarak otel işletmelerinde yöneticilere belirli aralıklarla işgören psikolojini anlama ve destek olabileme noktasında eğitimler verilmelidir. Bu yolla yöneticiler müşteri nezaketsizliğine uğrayan işgörenleri daha iyi anlayacaktır ve onlara yardımcı olabilmek için gerekli bilgiye sahip olmuş olacaklardır (Thory, 2013). Ayrıca işgörenlerin ne sıklıkla nezaketsiz müşteri davranışlarına maruz kaldıkları ve böyle olaylarla karşılaştıklarında nasıl hissettikleri tespit edilmelidir, departman yöneticileri bu olaylardan haberdar olmak için ilgili konu ile ilgili düzenli aralıklarla anketler yapmalı veya kısa toplantılar düzenlemelidir (Doğantekin ve ark., 2023). Diğer taraftan nezaketsiz müşterilerle başa çıkabilmek için işgörene de eğitim verilebilir. Örneğin, nezaketsiz müşterilerle baş çıkma stratejileri, işgörenlerin daha az tükenmişlik yaşamalarıyla sonuçlanabilir (Kim & Qu, 2018).

### Sınırlılıklar

Antalyadaki her şey dâhil konsepti ile faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel işletmelerinin işgörenlerine uygulanmış olması araştırmanın en önemli sınırlamasıdır. Ayrıca veriler Antalya şehrinde toplandığı için araştırmaya ait bulguların diğer endüstriler ve ülkeler gibi farklı bağlamlara genelleştirilebilirliği sınırlı olabilir. Diğer bir sınırlılık, araştırmamız kesitsel bir araştırma olduğu için değişkenlerin zamanla ortaya çıkartacağı değişimleri göstermez (Podsakoff, MacKenzie, Lee & Podsakoff, 2003). Ayrıca kesitsel veriler ışığında nedensellik iddiasında bulunulamayacağını okuyucuların akılda tutması tavsiye edilir (Flannelly & Jankowski, 2014).

### Gelecek Araştırmalara Öneriler

Müşteri nezaketsizliği ile hizmet telafi performansı arasındaki ilişkide aracı ve düzenleyici değişkenlerin

rolü konusunda gelecek araştırmalar nitel araştırma yöntemlerini kullanabilirler. Bu araştırma müşteri nezaketsizliği ile hizmet telafi performansı arasındaki ilişkide aracı ve düzenleyici değişkenlerin rolünü, otel işgörenleri üzerinde incelemiştir. Gelecek araştırmalar diğer hizmet işgörenlerine odaklanabilir. Ayrıca daha büyük örneklem grupları ile çalışılabilir. Gelecekteki çalışmalar müşteri nezaketsizliklerini yönetmede yöneticilerin ve iş arkadaşlarının farklı rollerini de inceleyebilir.

Gelecek araştırmacılar sıralı karma yöntemi kullanabilirler (Creswell & Clark, 2017). Öncelikle nitel veri toplanıp müşteri nezaketsizliği ile hizmet telafi performansı arasındaki ilişkide aracı ve düzenleyici değişkenlerin rolü tespit edilebilir. Sonrasında bu aracı ve düzenleyici değişkenler nicel araştırma ile test edilebilir. Ayrıca gelecekteki araştırmalar boylamsal verileri toplayarak araştırma yapabilirler.

Gelecek araştırmalar Türkiye'nin farklı turizm merkezlerinde yapılabilir. Örneğin araştırma işgören-müşteri iletişiminin daha yoğun olduğu butik otellerde yapılabilir. Ya da her şey dâhil sistemin olmadığı kaplıca turizminin yapıldığı illerde (Örn. Afyonkarahisar) yer alan otellerdeki işgörenler üzerinde yapılabilir.

## SONUÇ

Otel işletmelerinde işgörenler sürekli olarak müşteri nezaketsizliğine maruz kalmaktadır. Nezaketsizlik hizmet işgörenlerinin duygusal tükenmesinin artmasına ve iş yerinde içsel motivasyonun azalmasına neden olabilmektedir (Alola ve ark., 2019). Bu araştırmada müşteri nezaketsizliği ile hizmet telafi performansı arasındaki ilişkide aracı ve düzenleyici değişkenlerin rolünü incelemek amaçlanmıştır. Bu amaçla aracı değişkenler olarak duygusal emek boyutlarından derin ve yüzeysel davranış, müşteri nezaketsizliğinin derin davranış ve yüzeysel davranış üzerindeki etkisinde düzenleyici değişkenler olarak yönetici desteği ve iş arkadaşı desteği incelenmiştir. Araştırma verileri Antalya ilinde bulunan 5 yıldızlı otellerin işgörenlerinden çevrimiçi anket tekniği ile toplanmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Yapılan araştırma kesitsel bir araştırmadır. Verilerin analiz etmek için Kısmi En Küçük Kareler Yapısal Eşitlik Modellemesi/Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) kullanılmıştır.

Bulgular sonucunda; müşteri nezaketsizliği hizmet telafi performansı üzerinde olumsuz bir etkiye sahiptir, müşteri nezaketsizliği derin davranış üzerinde olumsuz bir etkiye sahiptir ve derin davranış hizmet telafi performansı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Araştırma bulgularına göre müşteri nezaketsizliği yüzeysel davranış üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir. Diğer bir bulguda ise yüzeysel davranış hizmet telafi performansı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir.

Müşteri nezaketsizliğini derin davranış yoluyla hizmet telafi performansı üzerindeki dolaylı etkisi anlamlıdır. Diğer taraftan müşteri nezaketsizliğinin yüzeysel davranış yoluyla hizmet telafi performansı üzerindeki dolaylı etkisi anlamsızdır. Ayrıca yönetici desteğinin ve iş arkadaşları desteğinin düzenleyici bir rol oynamadığı tespit edilmiştir.

Araştırma sonucumuzda müşteri nezaketsizliğinin işgörenlerin derin davranış sergilemesi üzerinde azaltıcı etkisinin çıkması ve derin davranışın da hizmet telafi performansını olumlu etkilemesi duygusal kaynakların önemini ortaya koymaktadır. Kaynakların korunumu teorisine göre mevcut kaynakları korumak için kaynaklarımızı tüketen nedenlerin belirlenmesi önemlidir (Hobfoll, Halbesleben, Neveu & Westman, 2018). Bu noktada, araştırmamız literatüre katkı sağlayacaktır. Önceki araştırma, sosyal destekle ilgili bulgularının net olmadığını göstermiştir (Beehr ve ark., 2003). Bu çalışma otel işletmelerinde müşteri nezaketsizliği ile derin davranış ve yüzeysel davranış arasındaki ilişkide iş arkadaşı desteğinin ve yönetici desteğinin aracılık rolü oynamadığını ortaya koyarak literatüre katkıda bulunmaktadır.

Uygulamaya katkı noktasında; müşteri nezaketsizliğinin hizmet telafi performansını ve derin davranış olumsuz etkilemesi, buna ek olarak derin davranış sergilemenin hizmet telafi performansı üzerindeki olumlu etkisi, işletmelerin işgören odaklı bir yaklaşım benimsemesi gerektiğini göstermektedir. Örneğin otellerde bir psikolojik danışman istihdam edilebilir, müşteri nezaketsizliğine maruz kalan işgörenin çalışma yeri değiştirilebilir ya da işletmeler işgörenlerine performansı karşılığında prim verilebilir. Ayrıca yöneticilerin belirli aralıklarla eğitimler alması, müşteri nezaketsizliğine maruz kalan işgöreni anlayabilmesi açısından katkı sağlayacaktır.

Antalya'daki 5 yıldızlı otel işletmelerinin işgörenlerine uygulanmış olması araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Gelecek araştırmalar Türkiye'nin farklı turizm merkezlerinde yapılabilir. Örneğin araştırma işgören-müşteri iletişiminin daha yoğun olduğu butik otellerde yapılabilir. Ya da her şey dâhil sistemin olmadığı kaplıca turizminin yapıldığı illerde (Örn. Afyonkarahisar) yer alan otellerdeki işgörenler üzerinde yapılabilir. Araştırmamız otel işgörenleri üzerine bir araştırmadır bu yüzden gelecekteki araştırmalar bu konuyu farklı meslekler grupları üzerinde çalışabilirler. Ayrıca gelecek araştırmacılar müşteri nezaketsizliğinin doğasını derinlemesine keşfetmek için sıralı karma yöntem tasarımı kullanabilirler.



**KAYNAKÇA**

- Alola, U. V., Olugbade, O. A., Avci, T. & Öztüren, A. (2019). Customer incivility and employees' outcomes in the hotel: Testing the mediating role of emotional exhaustion. *Tourism Management Perspectives*, 29, 9–17.
- Arasli, H., Hejratty Namin, B. & Abubakar, A.M. (2018), Workplace incivility as a moderator of the relationships between polychronicity and job outcomes. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(3), 1245-1272.
- Ashforth, B.E. & Humphrey, R.H. (1993). Emotional labor in service roles: the influence of identity. *Academy of Management Review*, 18(1), 88–115.
- Auh, S., Menguc, B., Thompson, F.M. & Uslu, A. (2022). Conflict-solving as a mediator between customer incivility and service performance. *Service Industries Journal*. 1-36.
- Bani-Melhem, S. (2020). What mitigate and exacerbate the influences of customer incivility on frontline employee extra-role behaviour? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 38–49.
- Beehr, T. A., Farmer, S. J., Glazer, S., Gudanowski, D. M. & Nair, V. N. (2003). The enigma of social support and occupational stress: Source congruence and gender role effects. *Journal of Occupational Health Psychology*, 8(3), 220–231.
- Boshoff, C. (1997). An experimental study of service recovery options. *International Journal of Service Industry Management*, 8(2), 110–130.
- Boshoff, C. & Allen, J. (2000). The influence of selected antecedents on frontline staff's perceptions of service recovery performance. *International Journal of Service Industry Management*, 11(1), 63–90.
- Bostan, A., Armağan, E. A. & Süklüm, N. (2006). Herşey Dahil Sistem Uygulayan Otel İşletmelerinde Müşteri Memnuniyeti: Bir Alan Araştırması. *Journal of Management and Economics Research*, 4(6), 32-53.
- Boukis, A., Koritos C., Papastathopoulos, A. & Buhalis, D. (2023). Customer incivility as an identity threat for frontline employees: The mitigating role of organizational rewards. *Annals of Tourism Research*, 100, 1-15.
- Boukis, A., Koritos, C., Daunt, K.L. & Papastathopoulos, A. (2020). Effects of customer incivility on frontline employees and the moderating role of supervisor leadership style. *Tourism Management*, 77, 103997.
- Brislin, R. W. (1970). Back-translation for cross-cultural research. *Journal of cross-cultural psychology*, 1(3), 185-216.
- Brotheridge, C. M. & Lee, R. T. (2002). Testing a conservation of resources model of the dynamics of emotional labor. *Journal of Occupational Health Psychology*, 7(1), 57–67.
- Chen, H., Wang, C. & Shih, I., (2021). Are frontline employees punching bags? The relationship between interpersonal workplace incivility and employee incivility toward customers. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 377-388.
- Cheng, J.H., Chen, F.Y. & Chang, Y.H. (2008). Airline relationship quality: An examination of Taiwanese passengers. *Tourism Management*, 29, 487–499.
- Chiu, C., Chien, C., Lin, C. & Hsiao, C. H. (2005). Understanding hospital employee job stress and turnover intentions in a practical setting. *Journal of Management Development*, 24(10), 837–855.
- Chiaburu, D.S. & Harrison, D.A. (2008). Do peers make the place? Conceptual synthesis and metaanalysis of coworker effects on perceptions, attitudes, OCBs, and performance, *Journal of Applied Psychology*, 93(5), 1082-1103.
- Cho, M., Bonn, M. A., Han, S. J. & Lee, K. H. (2016). Workplace incivility and its effect upon restaurant frontline service employee emotions and service performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(12), 2888–2912.
- Chung, M., Jang, YH. & Edelson, S.A. (2021). The path from role clarity to job satisfaction: natural acting and the moderating impact of perceived fairness of compensation in services. *Service Business*, 15, 77–102.
- Cohen, J. (1992). Quantitative methods in psychology: A power primer. *Psychol. Bull.*, 112, 1155-1159.
- Creswell, J. W. & Clark, V. L. P. (2017). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Diefendorff, J. M., Croyle, M. H., & Gosserand, R. H. (2005). The dimensionality and antecedents of emotional labor strategies. *Journal of Vocational Behavior*, 66(2), 339–359.
- Doğantekin, A., Boğan, E. & Dedeoğlu, B.B. (2023). The effect of customer incivility on employees' work effort and intention to quit: Mediating role of job satisfaction. *Tourism Management Perspectives* 45, 101071.
- Flannelly, K. J. & Jankowski, K. R. (2014). Research designs and making causal inferences from health care studies. *Journal of Health Care Chaplaincy*, 20(1), 25-38.
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.

- Grandey, A.A. (2003). When “the show must go on”: Surface acting and deep acting as determinants of emotional exhaustion and peer-rated service delivery. *Academy of Management Journal*, 46, 86–96.
- Hair, J. F., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 2nd edition Newbury Park, CA: Sage Publications, Inc.
- Hair, J.F., Risher, J.J., Sarstedt, M. & Ringle, C.M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*. 31(1), 2-2
- Hair Jr., J., Page, M., & Brunsveld, N. (2019). *Essentials of Business Research Methods (4th ed.)*. Routledge.
- Halbesleben, J. R. B. & Wheeler, A. R. (2015). To Invest or Not? The Role of Coworker Support and Trust in Daily Reciprocal Gain Spirals of Helping Behavior. *Journal of Management*, 41(6), 1628–1650.
- Halbesleben, J. R. B., Neveu, J.-P., Paustian-Underdahl, S. C., & Westman, M. (2014). Getting to the “COR”: Understanding the Role of Resources in Conservation of Resources Theory. *Journal of Management*, 40(5), 1334–1364.
- Hameed, F., & Bashir, S. (2017). Front line female hospitality worker’s emotional labor and adaptive performance: Does Islamic work ethics moderate relationship? *Journal of Managerial Sciences*, 71, 49-72.
- Hammer, T. H., Saksvik, P. O., Nytro, K. Torvatn, H. & Bayazit, M. (2004). Expanding the psychosocial work environment: workplace norms and work-family conflict as correlates of stress and health. *Journal of Occupational Health Psychology*, 9(1), 83–97.
- Han, S. J., Bonn, M. A. ve Cho, M. (2016). The relationship between customer incivility, restaurant frontline service employee burnout and turnover intention. *International Journal of Hospitality Management*, 52, 97–106.
- Harris, L.C. & Daunt, K. (2013), Managing customer misbehavior: Challenges and strategies. *Journal of Services Marketing*, 27(4), 281-293.
- Hart, W.L., Heskett, J.L. & Sasser, W.E. (1990). The profitable art of service recovery. *Harvard Business Review*, 68(4), 148-156.
- Hennig-Thurau, T., Groth, M., Paul, M. & Gremler, D. D. (2006). Are all smiles created equal? how emotional contagion and emotional labor affect service relationships. *Journal of Marketing*, 70(3), 58–73.
- Henseler, J. & Fassott, G. (2010). Testing moderating effects in PLS path models: An illustration of available procedures. *Handbook of partial least squares: Concepts, methods and applications*, 713-735.
- Henseler, J., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Hershcovis, M. S. (2011). Incivility, social undermining, bullying [...] oh my!: A call to reconcile constructs within workplace aggression research. *Journal of Organizational Behavior*, 32(3), 499–519.
- Hobfoll, S. E. (1989). Conservation of resources: A new attempt at conceptualizing stress. *American Psychologist*, 44(3), 513–524.
- Hobfoll, S. E. (2001). The influence of culture, community, and the nested-self in the stress process: Advancing conservation of resources theory. *Applied psychology*, 50(3), 337-421.
- Hobfoll, S. E., Halbesleben, J., Neveu, J. P. & Westman, M. (2018). Conservation of resources in the organizational context: The reality of resources and their consequences. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 5(1), 103–128.
- Hochschild, A.R. (1983). *The Managed Heart*, University of California Press, Berkeley, CA.
- Hoffmann, E.A. (2016). Emotions and emotional labor at worker-owned businesses: deep acting, surface acting, and genuine emotions. *The Sociological Quarterly*, 57(1), 152–173.
- Huppert, F. A. (2009). Psychological well-being: Evidence regarding its causes and consequences. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 1(2), 137–164.
- Hur, W., Moon, T. W. & Han, S. (2015). The effect of customer incivility on service employees’ customer orientation through double-mediation of surface acting and emotional exhaustion. *Journal of Service Theory and Practice*, 25(4), 394–413.
- Işık, Ş. & Zoğal, V. (2017). Turizm kentleşmesi kavramı: Antalya Örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 26(2), 71-94 <https://dergipark.org.tr/en/pub/ecd/issue/33350/371228>
- Jang, J., Jo, W. & Kim, J.S. (2020). Can employee workplace mindfulness counteract the indirect effects of customer incivility on proactive service performance through work engagement? A moderated mediation model. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(7), 812-829.

- Jong, A.D. & De Ruyter, K. (2004). Adaptive versus proactive behaviour in service recovery: the role of self-managing teams. *Decision Sciences*, 35(3), 457-491.
- Kern, J. H. & Grandey, A. A. (2009). Customer incivility as a social stressor: The role of race and racial identity for service employees. *Journal of Occupational Health Psychology*, 14(1), 46-57.
- Kim, B., Yu H., Huang Y. & Lee, S. (2023). Impact of customer incivility on restaurant employee stress spread and turnover: COVID-19 vaccination mandate. *International Journal of Hospitality* 113, 103522.
- Kim, H. J., Hur, W., Moon, T. & Jun, J. (2017). Is all support equal? The moderating effects of supervisor, coworker, and organizational support on the link between emotional labor and job performance. *BRQ Business Research Quarterly*, 20(2), 124-136.
- Kim, H. & Qu, H., (2018). The effects of experienced customer incivility on employees' behavior toward customers and coworkers. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(1), 58-77.
- Kim, T. T., Jung-Eun Yoo, J., Lee, G. & Kim, J. (2012). Emotional intelligence and emotional labor acting strategies among frontline hotel employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(7), 1029-1046.
- Kottke, J. L., & Sharafinski, C. E. (1988). Measuring perceived supervisory and organizational support. *Educational and Psychological Measurement*, 48(4), 1075-1079.
- Kumar, R. & Mokashi, U.M. (2020). COVID-19 and work-life balance: what about supervisor support and employee proactiveness?, *Annals of Contemporary Developments in Management and HR*, 2(4), 1-9. doi:10.33166/ACDMHR.2020.04.001
- Lages, C.R., Perez-Vega, R., Kadi'c-Maglajli'c. S. & Borghei-Razavi, N. (2023). A systematic review and bibliometric analysis of the dark side of customer behavior: An integrative customer incivility framework. *Journal of Business Research* 161, 1-16.
- Lazarus, R.S. (1993). Coping theory and research: Past, present, and future. *Psychosomatic Medicine*, 55, 234-247.
- Lee Y.H., Lee S.H.B. & Chung J.Y. (2019). Research on how emotional expressions of emotional labor workers and perception of customer feedbacks affect turnover intentions: emphasis on moderating effects of emotional intelligence. *Frontiers In Psychology* 9, 1-21. doi: 10.3389/fpsyg.2018.02526
- Lee, H. (2021). Changes in workplace practices during the COVID-19 pandemic: the roles of emotion, psychological safety and organisation support. *Journal of Organizational Effectiveness*, 8(1), 97-128.
- Lee, M. J., Singh, N., & Chan, E. S. W. (2011). Service failures and recovery actions in the hotel industry: A text-mining approach. *Journal of Vacation Marketing*, 17(3), 197-207.
- Liao, H. (2007). Do it right this time: The role of employee service recovery performance in customer-perceived justice and customer loyalty after service failures. *Journal of Applied Psychology*, 92(2), 475-489.
- Lin, W. (2010). Relevant factors that affect service recovery performance. *The Service Industries Journal*, 30(6), 891-910.
- Loi, R., Ao, O. K. Y. & Xu, A. J. (2014). Perceived organizational support and coworker support as antecedents of foreign workers' voice and psychological stress. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 23-30.
- Luo, A., Guchait, P., Lee, L., & Madera, J. M. (2019). Transformational leadership and service recovery performance: The mediating effect of emotional labor and the influence of culture. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 31-39.
- Medler-Liraz, H. (2020). Customer incivility, rapport and tipping: the moderating role of agreeableness. *Journal of Services Marketing*, ahead-of-print(ahead-of-print).
- Mengenci, C. (2015). İş tatmini, duygusal emek ve tükenmişlik ilişkilerinin belirlenmesi. *Ege Akademik Bakış*, 15(1), 127-139.
- Michel, S., Bowen, D. & Johnston, R. (2009). Why service recovery fails: Tensions among customer, employee, and process perspectives. *Journal of Service Management*, 20(3), 253-273.
- Morris, J. A., & Feldman, D. C. (1996). The dimensions, antecedents, and consequences of emotional labor. *Academy of management review*, 21(4), 986-1010.
- Oentoro, W., Popaitoon, P. & Kongchan, A. (2016). Perceived supervisory support and service recovery performance: The moderating role of personality traits. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 8(3), 298-316.
- Özdemir, B. & Tarım, K. (2022). Psikolojik sermayenin duygusal bağlılık üzerindeki etkisinde duygusal emeğin aracı rolü: öğretmenler üzerine bir araştırma. *Milli Eğitim Dergisi* , 51(234) , 1305-1326 .
- Pala, T. & Tepeci, M. (2009) Turizm işletmelerinde çalışanların duygusal emek düzeyi ve duygusal emeğin çalışanların tutumlarına etkileri. 17. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi. Eskişehir, Mayıs 21-23.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of applied psychology*, 88(5), 879-903.



- Pu, B., Ji S. & Sang, W. (2022). Effects of customer incivility on turnover intention in China's hotel employees: A chain mediating model. *Journal of Hospitality and Tourism Management* 50, 327-336.
- Ringle, C. M., Wende, S. & Becker, J. (2022). SmartPLS 4. Oststeinbek: SmartPLS. Retrieved from <https://www.smartpls.com>
- Rousseau, V., Salek, S., Aubé, C. & Morin, E. M. (2009). Distributive justice, procedural justice, and psychological distress: The moderating effect of coworker support and work autonomy. *Journal of Occupational Health Psychology*, 14(3), 305-317.
- Rusdi, Z.M. & Wibowo, A. (2022). Team mindfulness, team commitment and team respectful engagement: the lens of the conservation of resources theory and the broaden-and-build theory. *Organization Management Journal*, 19(5), 189-199.
- Schilpzand, P., De Pater, I. E. & Erez, A. (2014). Workplace incivility: A review of the literature and agenda for future research. *Journal of Organizational Behavior*, 37(4), 57-88.
- Simillidou, A., Christofi, M., Glyptis, L., Papatheodorou, A. & Vrontis, D. (2020). Engaging in emotional labour when facing customer mistreatment in hospitality. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 429-443.
- Singh, B., Selvarajan, T.T. & Solansky, S.T. (2019). Coworker influence on employee performance: a conservation of resources perspective. *Journal of Managerial Psychology*, 34(8), 587-600.
- Sliter, M., Jex, S., Wolford, K. & McInnerney, J. (2010). How rude! emotional labor as a mediator between customer incivility and employee outcomes. *Journal of Occupational Health Psychology*, 15(4), 468-481.
- Sommovigo, V., Setti, I. & Argentero, P. (2019). The Role of Service Providers' Resilience in Buffering the Negative Impact of Customer Incivility on Service Recovery Performance. *Sustainability*, 11(1), 285.
- Susskind, A. M., Kacmar, K. M. & Borchgrevink, C. P. (2007). How Organizational Standards and Coworker Support Improve Restaurant Service. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 48(4), 370-379.
- Szczygiel, D.D. & Bazin'ska R. (2021) Emotional Intelligence Mitigates the Effects of Customer Incivility on Surface Acting and Exhaustion in Service Occupations: A Moderated Mediation Model. *Frontiers in Psychology*, 11-15.
- Thory, K. (2013). Teaching managers to regulate their emotions better: insights from emotional intelligence training and work-based application. *Human Resource Development International*, 16(1), 4-21.
- Torres, E. N., Van Niekerk, M. & Orłowski, M. (2017). Customer and employee incivility and its causal effects in the hospitality industry. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26, 48-66.
- Ugwu, F.O., Onyishi, E.I., Anozie, O.O. & Ugwu, L.E. (2022). Customer incivility and employee work engagement in the hospitality industry: roles of supervisor positive gossip and workplace friendship prevalence. *Journal of Hospitality and Tourism Insights* 5(3), 515-534.
- Uşaklı, A. & Küçükergin, K. G. (2018). Using partial least squares structural equation modeling in hospitality and tourism: do researchers follow practical guidelines?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(11), 3462-3512.
- Üner, M. M., Sökmen, A. & Birkan, İ. (2006). Türkiye'de her şey dahil uygulamasının konaklama işletmeleri üzerindeki etkisi: Antalya örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 35-50.
- Walker, D. D., Van Jaarsveld, D. D. & Skarlicki, D. P. (2014). Exploring the effects of individual customer incivility encounters on employee incivility: The moderating roles of entity (in) civility and negative affectivity. *Journal of Applied Psychology*, 99, 151-161.
- Wu, X. & Shie, A.-J. (2017). The Relationship Between Customer Orientation, Emotional Labour And Job Burnout. *Journal of Chinese Human Resource Management*, 8(2), 54-76.
- Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S. (2014). SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri. (4. Baskı), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Yener Erköse, H. (2019). Basit Denetim Yeniden: Türkiye'de tatil köylerinde emek denetimi. *Çalışma ve Toplum*, 2(61), 1069-1092.
- Yıldırım, M. & Ceyhan, S. (2020). Çalışma yaşam kalitesinin işten ayrılma niyetine etkisinde örgütsel sinizmin aracılık rolü. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(4), 1175-1184.
- Yürür, Ş. (2011). Öğrenilmiş güçlülük, kıdem ve medeni durumun duygusal tükenmedeki rolü: kaynakların korunması teorisi kapsamında bir analiz. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(1), 107-126.
- Zahoor, A. & Khan, D. (2022). Frontline service employees and customer engagement: some further insights. *IIM Ranchi Journal of Management Studies*, 1(2), 175-190.
- Zahoor, A. & Siddiqi, M. A. (2023). Customer incivility and service recovery performance: job crafting as a buffer. *Vision*, 27(2), 178-188.



Zhan, X., Luo, W., Ding, H., Zhu, Y. & Guo, Y. (2020). Are employees' emotional labor strategies triggering or reducing customer incivility: a sociometer theory perspective. *Journal of Service Theory and Practice*, 31(3), 296-317.

Zhan, Y., Wang, M. & Shi, J. (2016). Interpersonal process of emotional labor: the role of negative and positive customer treatment. *Personel Psychology* 69(3), 525-557.

Zhang, H., Zhou, Z. E., Zhan, Y., Liu, C. & Zhang, L. (2018). Surface acting, emotional exhaustion, and employee sabotage to customers: moderating roles of quality of social exchanges. *Frontiers in Psychology*, 9, 2197.

Zhang, Q., Yin, J., Chen, H., Zhang, Q. & Wu, W. (2020). Emotional labor among early childhood teachers: Frequency, antecedents, and consequences. *Journal of Research in Childhood Education*, 34(2), 288-305.

Zhao, X., Lynch Jr, J. G. & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of consumer research*, 37(2), 197-206.

Zhu, J. N. Y., Lam, L. W. & Lai, J. Y. M. (2019). Returning good for evil: A study of customer incivility and extra-role customer service. *International Journal of Hospitality Management*, 81, 65-72.

**Destek Bilgisi:** Bu çalışmanın hazırlanması sürecinde herhangi bir bireyden ya da kurumdan aynı ya da nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazarlar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm Akademik Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

**Bilgilendirilmiş Onam Formu:** Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

**Etik Kurul Onayı:** Bu çalışmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulunun 01.02.2023 tarihli, 2023/02 toplantı numaralı ve GO 2023/68 numaralı karar ile alınmıştır.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** Çalışma iki yazarın ortak katkısı ile hazırlanmıştır.

1. yazar katkı oranı: %50 2. yazar katkı oranı: %50.

## EXTENSIVE SUMMARY

### The Role of Mediator and Moderator Variables in the Relationship Between Customer Incivility and Service Recovery Performance: A Study on Hotel Employees

Akkız IŞIK ALBAYRAK\*, Mert GÜRLEK

#### Introduction

The tourism sector is a sector where human labor is intense. Hotel employees have the most important role in customer satisfaction in this labor-intensive sector (Chen et al., 2021). Customer satisfaction is undoubtedly critical to corporate success in a customer-centric economy. However, customers may abuse the customer-focused point of view of the business and exhibit incivility behavior towards employees (Harris & Daunt, 2013). Since customer incivility will have negative consequences for hotel employees, more research is needed to explore the connection between customer incivility and employee behavior and performance measures (Zahoor & Siddiqi, 2023). Employees may show poor service recovery performance as a result of customer incivility. Service recovery performance plays a very important role in regaining customer loyalty and satisfaction (Sommovigo et al., 2019). The fact that customer incivility negatively affects service recovery performance, which is such an important concept, makes this subject worth investigating. However, studies linking customer incivility with service recovery performance are insufficient (Sommovigo et al., 2019; Zahoor & Siddiqi, 2023).

Events that provoke anger, such as customer incivility, intensified the need for employees to regulate their emotions and exert emotional labor, and this situation became more challenging as incivility increased (Simillidou et al., 2020). Employees may exhibit superficial acting when interacting with incivility customers, and this may have negative consequences. On the other hand, the deep acting of employees who can mobilize emotional labor, which is the other dimension of emotional labor, can have positive results for both employees and customers (Simillidou et al., 2020).

The support of supervisor and co-worker can be an effective supporting force for employees in minimizing the negative effects of customers (Han et al., 2016). We can explain with the theory of conservation of resources that employees who are emotionally damaged as a result

of customer incivility in the tourism sector should maintain their service quality under all circumstances. The basic principle of the conservation of resources theory states that people should seek the resources they need, try to gain them, increase them and be motivated to cope with all negative situations in order to protect these resources (Mengenci, 2015).

Previous studies in the field of hospitality have associated customer incivility with variables such as, employees' intention to leave, exhaustion, interpersonal conflicts, work engagement, leadership style. But the effect of customer incivility on emotional labor, the mediating role of emotional labor in the effect of customer incivility on service recovery. They also neglected the moderating role of co-worker support and managerial support in the impact of customer incivility on emotional labor. Our research will contribute to the literature and practice in this sense.

#### Hypotheses

The Theory of Conservation of Resources suggests that individuals strive to obtain, protect and increase valuable resources (Yürür, 2011). In essence, it argues that people are motivated to preserve existing resources and acquire new ones, and that resources include everything that an individual perceives to contribute to the achievement of their goals (Halbesleben et al., 2014).

Looking from the Theory of Conservation of Resources; we can argue that customer incivility can be considered as a social stress factor that can consume employees' emotional and cognitive resources (Kern & Grandey, 2009). Supporting this logic, it is possible that customer incivility applied to the hospitality industry may also result in psychological resource depletion (Auh et al., 2022). Similarly, we assume that this negative result will adversely affect the service recovery performance. Resource conservation theory is appropriate as the overarching theoretical framework of current research, because customer incivility is a situation that consumes the emotional and physical resources of service employees, and the resource loss created by the situation needs to be regained (Hobfoll, 1989).

Based on the above arguments, the following hypotheses have been put forward.

H1: Customer incivility affects service recovery performance negatively and significantly.

H2: Customer incivility affects deep acting negatively and significantly.

H3: Deep acting positively and significantly affects service recovery performance.

\* Corresponding author at: Independent Researcher, Tourism Management Scientist,  
E-Mail Address: anicegir103@gmail.com

H4: Customer incivility affects surface acting positively and significantly.

H5: Surface acting affects service recovery performance negatively and significantly.

H6: Deep acting plays a mediating role in the effect of customer incivility on service recovery performance.

H7: Surface acting plays a mediating role in the effect of customer incivility on service recovery performance.

H8: Supervisor support plays a moderator role in the effect of customer incivility on deep acting.

H9: Co-worker support plays a moderating role in the impact of customer incivility on deep acting.

H10: Supervisor support plays a moderator role in the effect of customer incivility on surface acting.

H11: Co-worker support plays a moderator role in the effect of customer incivility on superficial acting.

## Method

The research data were collected from the employees of 5-star hotels in the province of Antalya by online survey technique. Convenience sampling method was used. In this context, data were collected from 403 hotel employees. The research is a cross-sectional study. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) was used to analyze the data.

## Findings

Customer incivility has a negative and significant effect on service recovery performance ( $\beta = -0.077$ ;  $p < 0.05$ ). Customer incivility has a negative and significant effect on deep acting ( $\beta = -0.271$ ;  $p < 0.001$ ). Deep acting has a positive and significant effect on service recovery performance ( $\beta = 0.524$ ;  $p < 0.001$ ). Customer incivility did not have a significant effect on surface acting ( $\beta = 0.009$ ;  $p = 0.894$ ). According to these results, while H1, H2, H3 were supported, H4 was not. Surface acting has a positive and significant effect on service recovery performance ( $\beta = 0.331$ ;  $p < 0.001$ ). Therefore, H5 was not supported in terms of the direction of the effect. In terms of control variables, working time only positively and significantly affected deep acting in the hotel industry ( $\beta = 0.222$ ;  $p < 0.001$ ). Other control variables had no effect on research variables. The indirect effect of customer incivility on service recovery performance through deep acting is significant (indirect effect =  $-0.142$ ;  $p < 0.001$ ). The indirect effect of customer incivility on service compensation performance through surface behavior

is insignificant (indirect effect =  $0.003$ ;  $p = 0.052$ ). Therefore, H6 is supported while H7 is rejected. It was determined that the support of the supervisor and the support of co-worker did not play a regulatory role. H8, H9, H10 and H11 are rejected.

## Conclusion

Employees in hotel businesses are constantly exposed to customer incivility. Incivility can lead to an increase in the emotional exhaustion of service employees and a decrease in intrinsic motivation at work (Alola et al., 2019). In this study, it was aimed to examine the role of mediator and moderator variables in the relationship between customer incivility and service recovery performance. For this purpose, deep and superficial acting from emotional labor dimensions as mediating variables, supervisor and co-worker support as moderator variables in the effect of customer incivility on deep and surface acting were examined. The research data were collected from the employees of 5-star hotels in the province of Antalya by online survey technique. Convenience sampling method was used. The research is a cross-sectional study. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) was used to analyze the data. As a result of the findings; Customer incivility has a negative effect on service recovery performance, customer incivility has a negative effect on deep acting, and deep acting has a positive effect on service recovery performance. According to the research findings, customer incivility does not have a significant effect on surface acting. Surface acting has a positive effect on service recovery performance. The indirect effect of customer incivility on service recovery performance through deep acting is significant. The indirect effect of customer incivility on service recovery performance through superficial acting is insignificant. In addition, it was determined that the support of the supervisor and the support of co-worker did not play a regulatory role.

As a result of our research, the decreasing effect of customer incivility on employees' deep acting and the positive effect of deep acting on service recovery performance reveals the importance of emotional resources. According to the theory of conservation of resources, it is important to determine the reasons that consume our resources in order to protect existing resources (Hobfoll et al., 2018). At this point, our research will contribute to the literature. Previous research has shown that its findings on social support are not clear (Beehr et al., 2003), and our study contributes to the literature by investigating the role of co-worker and supervisor support as moderators between customer incivility, deep and superficial acting in tourism businesses.

At the point of contribution to the practitioners, the negative effects of customer incivility on service recovery performance and deep acting, and the positive effect of deep acting on service recovery performance indicate that businesses should adopt an employee-oriented approach. The fact that it was applied to the employees of 5-star hotel businesses in Antalya constitutes the limitation of the research. Future research can be done in different tourism centers of Turkey. Our research is a study of hotel employees, so future research may study this topic in different occupational groups. Also, future researchers can use the sequential mixed methods to explore the nature of customer incivility in depth.





# Turizm Akademik Dergisi

## Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



### The Cultural Heritage Impact of The Russia-Ukrainian War\*

Yasemin KOÇAK BİLGİN<sup>a</sup>, Eda HAZARHUN<sup>b\*\*</sup>

<sup>a</sup> Independent Researcher, E-mail: kocakysmm@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3393-709X

<sup>b</sup> Independent Researcher, E-mail: edahazarhun@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4798-1857

#### Abstract

The purpose of this study is to explore the impact of the Russia-Ukrainian War on the cultural heritage of Ukraine. News texts from national and international online news sites between March 02, 2022, and June 25, 2022 were subjected to content analysis for this purpose. The qualitative data analysis program MAXQDA 2020 was used in the coding process of the data's content analysis. As a result of the content analysis, which was conducted through a qualitative approach, four main categories were identified regarding the impact of the Ukraine-Russia War on cultural heritage: 'Measures to be taken to stop Russia's cultural heritage destruction', 'Causes of cultural heritage destruction', 'Measures taken or to be taken for the preservation of cultural heritage' and 'The cultural heritage impact of the Ukraine-Russia War'. As a result of the analysis, it was determined that cultural heritage sites in Ukraine have been heavily damaged, many of them have disappeared, and the remaining ones continue to be looted. It is also been reported that Russian soldiers have stolen artifacts from museums and kidnapped museum directors. Attacks on cultural heritage sites have been carried out by Russians to destroy Ukrainian culture and erase their cultural memories. Sanctions should be imposed on Russia for the damage they have caused to cultural heritage. They should not transport cultural heritage from the occupied areas, and Russia should be dismissed from UNESCO. They should also be tried by war crimes tribunals. Several measures have been taken to protect cultural heritage sites in Ukraine, including the establishment of the Ukrainian Cultural Heritage Protection Centre, digitization of cultural heritage, rescue training for local people, placing sandbags as barriers in cultural heritage sites, educating military personnel to respect cultural heritage, monitoring damage to cultural heritage sites by UNESCO with satellite images, online meetings with cultural heritage experts, establishing no-fly zones, placing international blue shield signs in cultural heritage sites, restoration of damaged areas, obtaining various funds, and moving artworks to museum shelters.

**Keywords:** Russia-Ukrainian War, Cultural Heritage, Damage, UNESCO.

#### Ukrayna- Rusya Savaşının Kültürel Miras Üzerindeki Etkisi

#### Öz

Bu çalışmanın amacı Ukrayna- Rusya Savaşının Ukrayna'nın sahip olduğu kültürel miras üzerinde nasıl bir etkiye yol açtığının keşfedilmesidir. Bu amaçla ulusal ve uluslararası çevrim içi haber sitelerinden 02 Mart 2022 – 25 Haziran 2022 tarihli haber metinleri içerik analizine tabi tutulmuştur. Verilerin içerik analizi ile kodlanma sürecinde nitel veri analiz programı MAXQDA 2020 programından faydalanılmıştır. Analiz sonunda Ukrayna 'da yer alan kültürel miras alanlarının ağır tahribata uğradığı, birçoğunun yok olduğu ve kalanların da yağmalanmaya devam edildiği belirlenmiştir. Ayrıca Rus askerleri tarafından müzelerden eserlerin çalındığı ve müze müdürlerinin de kaçırıldığı ifade edilmektedir. Rusların Ukrayna toplumunun kültürünü yıkmak ve kültürel hafızalarını silmek için kültürel miras alanlarına saldırılar gerçekleştirildiğinin altı çizilmiştir. Rusların kültürel mirasa gerçekleştirdiği bu zararlılardan dolayı yaptırımlara tabi tutulması, işgal ettikleri yerden kültürel miras taşınmalarını, Rusya'nın Unesco'da çıkarılması gerektiği ve savaş mahkemelerinde yargılanması gerektiği vurgulanmaktadır. Ukrayna'da yer alan kültürel miras alanlarının korunması için Ukrayna kültürel mirası koruma merkezi kurulduğu, kültürel mirasın dijitalleştirildiği, yerel halkın kurtarma eğitimlerine katıldığı, kültürel miras alanlarına kum torbası ile barikat kurulduğu, askeri personellere kültürel mirasa saygı eğitimleri verildiği, Unesco'nun uydu görüntüleri ile savaş tanıkları kültürel miras alanlarında gerçekleşen hasarların anlık takibini yaptığı kültürel miras uzmanlarının çevrim içi toplantılar gerçekleştirdiği, uçuşa yasak bölgenin oluşturulması gerektiği, kültürel miras alanlarına uluslararası mavi kalkan işareti yerleştirildiği, tahrip olan yerlerin yeniden restorasyonlarının gerçekleştirilmeye başlandığı, çeşitli fonlardan gelirler sağlandığı ve müze sığınaklarına eserlerin taşındığı belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Ukrayna- Rus Savaşı, Kültürel Miras, Tahribat, Unesco.

JEL CODE: L83 Z32

#### Article History:

Received : May 02,2023  
First Revision : August 20,2023  
Second Revision : September 05,2023  
Accepted : November 03,2023

Koçak Bilgin, Y., Hazarhun, E. (2023). The Cultural Heritage Impact of The Russia-Ukrainian War, Turizm Akademik Dergisi, 10 (2), 307-321.

\* This study is among the studies that do not require an ethics committee permission. This study is a revised and expanded version of the abstract paper titled ' Effects of The Russia- Ukraine War on Ukraine Cultural ' presented at the 4th International Tourism and Cultural Heritage Congress during November 16-20, 2022.

\*\* Corresponding author e mail: edazahazarhun@gmail.com

## INTRODUCTION

Cultural heritage can be defined as the whole of artistic or symbolic, tangible and intangible values transferred from the past to the future (Jokilehto, 1990). Another definition describes cultural heritage as the collection of values that cover all life processes, from the architectural structures that people create during their social lives to the present day (Gültekin & Uysal, 2018). Cultural heritage is evidence of the existence of societies. Protecting cultural assets is related to the idea of eradicating common memories, a culture of living together, and diversity, as well as defining the identity of societies and shaping their uniqueness (Bilgili, 2021). Wars cause significant damage to cultural heritage in a short period of time. Armed conflicts can be classified as international wars and non-international wars - civil wars. The biggest threat to cultural heritage today arises in conflicts at the national and local levels. According to Stone (2016), the reasons for the destruction of cultural heritage are the lack of importance attached to it in the pre-conflict planning process, the perception of cultural heritage as legitimate "war booty," indirect damage, lack of military awareness, looting, interruption of protection efforts due to conflicts, and intentional and conscious targeting. The occupation of Ukraine by Russia, which began in 2022, is undoubtedly an important event in world history. It can be argued that Russia aims to regain control of the countries that were previously under the umbrella of the Soviet Union and gained their independence after its dissolution (Keskin, 2016). This war has led to a discussion of many issues, from foreign policy to agriculture, energy, and security. Along with this, a debate has started on the preservation of cultural heritage. Past wars have shown that the measures taken have not been deterrent enough.

As of February 2023, the impact of the Ukraine-Russia war, which has lasted for one year, on Ukrainian cultural heritage is a subject of concern. An examination of the literature reveals that the effects of conflicts on cultural heritage have been rarely studied. Malysh et al. (2021) analysed the effectiveness of Ukraine's state policy on the protection of tangible and intangible cultural heritage, as well as the measures taken to preserve cultural assets in the event of armed conflict. Botti & Bianchi (2023) focused on the religious dimension of the Russia-Ukraine dispute. The Russians aim to destroy the symbolic places of Ukrainian religious identity (urbicide) to eliminate the spiritual unity between Russian and Ukrainian people. Ukrainians, on the other hand, attempt to erase Russian presence and common religious and cultural roots by destroying worship buildings related to the Moscow Patriarchate tradition. This way they also reject Russia's

imperial traditions (Botti & Bianchi, 2023). Pereira et al. (2022) focused on the environmental impacts of the Ukraine-Russia war, while Coleman (2022) provided a general content analysis of war crimes committed by Russia. Unlike existing studies, the purpose of this study is to reveal the impact of the Ukraine-Russia War on Ukraine's cultural heritage. Therefore, the research is built on the question of can the great damage caused by wars to cultural heritage be reduced and accordingly, the Russia-Ukraine war has been analysed to reveal the destructive effects of the Russia-Ukraine war on the Ukrainian cultural heritage. Therefore, based on the question of how to reduce the significant damage that wars cause to cultural heritage, the Russo-Ukrainian war is discussed, and the destructive effects it has had on Ukrainian cultural heritage are being highlighted.

The concepts of cultural heritage and its preservation and the Russia-Ukraine War are defined in the conceptual framework section of the study. In the methodology section, the study presents a content analysis of online news articles from national and international sources between March 2, 2022, and June 25, 2022, in line with the research objectives. Finally, the discussion and conclusion section create a research agenda for future studies and identifies research gaps.

## CONCEPTUAL FRAMEWORK

### Cultural Heritage and its Preservation

A property must have historical value, be consciously and originally transmitted to future generations; be abstract, concrete or a mixture of both, and become socialized to be defined as a cultural heritage. Cultural heritage carries a universal value with historical, artistic, scientific, aesthetic, anthropological, and ethnological perspectives from the past to the present (Diker, 2016). According to laws and regulations prepared by UNESCO, cultural heritage is limited to tangible, intangible, underwater, and natural heritages. According to the Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage, intangible cultural heritages include verbal traditions and expressions, performing arts, social practices, festive events, and rituals, knowledge and practices concerning nature and the universe, and traditional craftsmanship techniques that are transmitted orally along with the language. Tangible cultural heritage is divided into movable and immovable categories. Movable Cultural Heritage includes paintings, sculptures, coins, manuscripts, and archaeological objects while Immoveable Cultural Heritage includes monuments, archaeological sites, historic urban landscapes; Underwater Cultural Heritage includes shipwrecks, underwater ruins, and cities. Natural Heritage includes natural sites,

cultural landscapes, physical, biological, and geological formations (Durmaz, 2018).

Under the framework of the Geneva Conventions of August 12, 1949, it is a war crime for residential areas, civilian buildings, and religious, historical, educational, artistic, scientific, charitable buildings, hospitals to be military targets. The aim of the 1954 Convention for the Protection of Cultural Property in the Event of Armed Conflict was to protect cultural heritage areas in war zones. The concept of “heritage” was introduced in the 1972 World Cultural and Natural Heritage Convention. Entities that constitute cultural heritage can request assistance from the countries concerned in the event of rapid deterioration caused by events such as natural disasters and natural damage, or if an armed conflict occurs. However, cultural entities that have suffered damage are also included in the “List of World Heritage in Danger,” which can result in a sanction that can be imposed on the country concerned. In particular, opponents intentionally target each other’s cultural assets during armed conflicts. Wars between humans have not been limited to taking away each other’s right to life throughout history; they have also continued to erase the traces of human-created history, culture, religion, language, and, in short, the long journey of humanity’s product on earth (Yavuz, 2017).

It is stated that there are four main elements in aiming to destroy or damage cultural heritage during armed conflicts (Çokişler et al., 2017).

1. The conflicts are characterized by identity-based clashes, with religious or ethnic factors playing a more significant role than territorial disputes. The enemy’s historical and cultural heritage is a target of hatred and serves as a part of their identity, and destroying this heritage is seen as a means of establishing psychological dominance over the opposing side.
2. The conflicts are fuelled by illegal economic activities, and armed organizations that cannot generate financial resources through legal means see historical artifact trafficking as a profitable business.
3. The conflicts often occur in countries with weak or failed state authority or within autocratic states.
4. There are two or more states or non-state actors involved as parties in conflicts that target cultural heritage.

War crimes are unlawful acts committed during an armed conflict by military or civilian individuals that violate the laws of war (Yılmaz, 2001). Despite this,

Yet, war crimes have been evident in many current wars. Nevertheless, international law, which has a relatively short history in human history, has made significant progress in the last 150 years. As part of this development, a number of international conventions have been signed to protect cultural heritage in countries both domestically and internationally (Yavuz, 2017). In particular, world wars and subsequent regional conflicts have made it necessary to take more concrete steps to protect cultural heritage. Therefore, international agreements have been made since the late 19th century. Many principles have been put in place, including prosecuting countries that do not comply with the agreements. Some of these agreements are as follows: According to Article 27 of the IV Hague Convention of 1907, necessary precautions should be taken during siege and bombardment to prevent religious, artistic, scientific, or charitable buildings, monuments, hospitals, and other places where the wounded and sick are collected from being used for military purposes. These buildings should be marked with visible signs to distinguish them from military objectives. Legal action should be taken when the regulations are violated, and individual penalties should be imposed. The 1954 Convention for the Protection of Cultural Property in the Event of Armed Conflict provides normative content to the concept of cultural heritage (Final act of the Intergovernmental Conference on the Protection of Cultural Property in the Event of Armed Conflict, The Hague, 1954, 2010). The Blue Shield, which is included in the Convention, is the international sign that cultural heritage will be protected during times of war. The concept of cultural heritage in the 1954 Hague Convention includes immovable cultural assets such as monumental works, buildings of historical or artistic importance, and archaeological sites, as well as movable cultural assets such as art objects, books, archives, manuscripts, and scientifically important collections with artistic, historical, or archaeological significance. In addition, targeting cultural property was defined as a war crime for the first time (UNESCO, Second Protocol to the 1954 Hague Convention for the Protection of Cultural Property in the Event of Armed Conflict, 1999). Sixteen years after the adoption of the Hague Convention and Protocol, the international community developed the 1970 UNESCO Convention on the Means of Prohibiting and Preventing the Illicit Import, Export and Transfer of Ownership of Cultural Property. The Convention aimed to prevent the illegal trade of cultural properties. The Convention also included not only declared and inventoried cultural properties but also all types of stolen cultural properties and required the return of all such cultural properties to their countries (UNESCO, The 1995 UNIDROIT Convention, 1995). Natural and cultural heritage assets included in the World Heritage List

are entitled to “assistance in case of natural disasters, natural degradation or armed conflict.

With all these efforts, a cultural asset can be considered as cultural heritage if it is accepted, protected and preserved by society as an intangible cultural value, and its sustainability is ensured (KaracaYılmaz et al., 2017). Cultural assets are the evidence that carry the way of life and beliefs of people formed by natural and human factors to the present day. Cultural heritage assets should remain in their original place due to their organic connection between the environment and culture. Visiting a cultural heritage that has been removed from its surroundings and taken to another place is meaningless (Diker, 2016). The weakest aspect of the regime for the protection of cultural property regulated by international humanitarian law is the sanction regime that the responsible parties will face in case of violation of the Conventions. Except for the 1999 Protocol, all other texts have left the regulation of the sanctions that the concerned states will face in case of violation of the Conventions to the parties. States that cannot even be effective in protecting cultural property are tasked with punishing the responsible parties after conflicts. In our opinion, this situation causes the sanction system of the Convention to be ineffective, as seen in concrete cases as well (Erdem, 2018).

Although no action could be taken for the cultural heritage destroyed or stolen during World War I, in the indictment prepared against a suspect named Alfred Rosenberg after World War II, who was accused of other crimes, it was claimed that he carried out attacks against buildings with cultural value in the Eastern European regions by invading them in a planned and systematic way, and his trial resulted in the death penalty. Similarly, Dubrovnik, listed as a UNESCO World Heritage Site, was consciously and systematically attacked by Serbs. The Serbian commanders who carried out this attack were convicted. In 2012, Al Mahdi, who deliberately attacked 10 monuments, tombs, and mosques on the UNESCO World Heritage List during the internal war in the Republic of Mali, was sentenced to 9 years in prison after his trial (Yavuz, 2017). No action has yet been taken for the cultural heritage destroyed by ISIS in Syria. Despite the measures taken against attacks on cultural assets, it continues to be one of the most violated issues in armed conflicts.

### **The Russia-Ukrainian War**

The Russia-Ukrainian war began with Russia's annexation of Crimea and continued with the occupation of Donbas in February 2022 and has been ongoing as of September 2022. Wars cause many devastations. The loss of lives, destroyed cities and many cultural heritages are affected. According to recent data, the death toll has

exceeded at least 42,500. There are 140,000 destroyed buildings (Reuters.com). The UNESCO World Cultural Heritage sites in Ukraine are Saint-Sophia Cathedral and Related Monastic Buildings in Kyiv, Kyiv-Pechersk Lavra, the Ensemble of the Historic Centre in L'viv, Struve Geodetic Arc, Ancient and Primeval Beech Forests of the Carpathians and Other Regions of Europe, Residence of Bukovinian and Dalmatian Metropolitans, Ancient City of Tauric Chersonese and its Chora, Wooden Tserkvas of the Carpathian Region in Poland and Ukraine, and The Historic Centre of Odesa. In addition to these, there are countless other cultural heritages. Indeed, according to the latest assessment published by UNESCO, 152 cultural sites have been partially or completely destroyed, including 70 religious' buildings, 30 historical sites, 18 cultural centers, 15 monuments, 12 museums, and 7 libraries (unesco.org). Given that the conflict is still ongoing, and with Russia declaring a state of mobilization in September 2022, it is clear that the damage will continue to increase. The Convention for the Protection of Cultural Property in the Event of Armed Conflict has not been successful in some regions such as Bosnia, Afghanistan, and Iraq, in the aftermath of World War II. Cultural heritage in Syria has also suffered severe destruction (Durmaz, 2019). Now, this destruction continues with Russia's occupation of Ukraine. Any damage to cultural heritage is a common loss for humanity (Erdem, 2018). The war in Ukraine not only harms Ukrainian cultural heritage but also the cultural heritage of the world.

### **THE METHOD**

In this study, document analysis, which is one of the qualitative research methods, was used to determine the impact of the Ukraine-Russia War on Ukraine's cultural heritage. Document analysis involves analysing written materials that contain facts that researchers are interested in (Yıldırım & Şimşek, 2013). Furthermore, analysing written and visual materials according to the research purpose provides rich and comprehensive information (Baş & Akturan, 2017). Document analysis was conducted in this study since the aim was to reveal in-depth how the Ukraine-Russia War affected cultural heritage. In this regard, news texts published between March 02, 2022, and June 25, 2022, were examined from national and international online news sites. This process was conducted as follows: Firstly, the sentence “Damages of the Ukraine-Russia War on Cultural Heritage” was entered into the Google search engine, and a total of 31 news texts published in 10 national and 21 international online news sites covering the content of this search were subjected to content analysis.

As a result of the google search, these news sites were chosen because they have news content about



the damages of the Ukraine-Russia War on cultural heritage. The links of these national and international online sites are given in table 1 below. More websites were not included in the content analysis since the news contents on national and international news sites started to show similarities between March 02, 2022, and June 25, 2022. Ethics committee permission is not required.

any topic. In this regard, researchers first perform open coding (Hsieh & Shannon, 2005). Open coding is defined as the type of coding made by researchers on the data they have collected in the near process by reading the data in detail and from the first reading (Neuman, 2008). Subsequently, the codes created in inductive content analysis are combined under broad headings to form categories (Hsieh & Shannon, 2005).

**Table 1.** The Links of National and International Online Sites

1- <a href="https://l24.im/dja">https://l24.im/dja</a>
2- <a href="https://l24.im/1dH">https://l24.im/1dH</a>
3- <a href="https://www.aa.com.tr/tr/cevre/rusya-ukrayna-savasinin-cevreye-etkileri-ne-boyutta/2561351">https://www.aa.com.tr/tr/cevre/rusya-ukrayna-savasinin-cevreye-etkileri-ne-boyutta/2561351</a>
4- <a href="https://l24.im/0SLvF">https://l24.im/0SLvF</a>
5- <a href="https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-60618280">https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-60618280</a>
6- <a href="https://l24.im/tY2JuH">https://l24.im/tY2JuH</a>
7- <a href="https://l24.im/6ps7">https://l24.im/6ps7</a>
<a href="https://www.indyurk.com/tags/rusya-ukrayna-sava%C5%9F%C4%B1-0">https://www.indyurk.com/tags/rusya-ukrayna-sava%C5%9F%C4%B1-0</a>
8- <a href="https://l24.im/tvfuaD">https://l24.im/tvfuaD</a>
9- <a href="https://l24.im/YGOT1N3">https://l24.im/YGOT1N3</a>
10- <a href="https://l24.im/rIzeJo">https://l24.im/rIzeJo</a>
11- <a href="https://www.unesco.org/en/articles/damaged-cultural-sites-ukraine-verified-unesco">https://www.unesco.org/en/articles/damaged-cultural-sites-ukraine-verified-unesco</a>
12- <a href="https://www.rferl.org/a/cultural-destruction-ukraine/31821373.html">https://www.rferl.org/a/cultural-destruction-ukraine/31821373.html</a>
13- <a href="https://epthinktank.eu/2022/04/22/russias-war-on-ukraines-cultural-heritage/">https://epthinktank.eu/2022/04/22/russias-war-on-ukraines-cultural-heritage/</a>
14- <a href="https://news.un.org/en/story/2022/05/1119052">https://news.un.org/en/story/2022/05/1119052</a>
15- <a href="https://www.voanews.com/a/ukraine-s-cultural-heritage-under-attack-official-says/6661269.html">https://www.voanews.com/a/ukraine-s-cultural-heritage-under-attack-official-says/6661269.html</a>
16- <a href="https://www.swissinfo.ch/eng/when-cultural-heritage-becomes-collateral-damage-in-war/47511316">https://www.swissinfo.ch/eng/when-cultural-heritage-becomes-collateral-damage-in-war/47511316</a>
17- <a href="https://t.ly/B6QkM">https://t.ly/B6QkM</a>
18- <a href="https://l24.im/rMIFGXs">https://l24.im/rMIFGXs</a>
19- <a href="https://l24.im/Z4fUca">https://l24.im/Z4fUca</a>
20- <a href="https://www.npr.org/2022/04/02/1090475172/unesco-ukraine-cultural-sites-damage">https://www.npr.org/2022/04/02/1090475172/unesco-ukraine-cultural-sites-damage</a>
21- <a href="https://l24.im/n5Kj">https://l24.im/n5Kj</a>
22- <a href="https://l24.im/RFYCLv">https://l24.im/RFYCLv</a>
23- <a href="https://l24.im/QNDIgC">https://l24.im/QNDIgC</a>
24- <a href="https://l24.im/mnCd6">https://l24.im/mnCd6</a>
25- <a href="https://l24.im/Tmz">https://l24.im/Tmz</a>
26- <a href="https://t.ly/wpzVh">https://t.ly/wpzVh</a>
27- <a href="https://l24.im/Z9YApnU">https://l24.im/Z9YApnU</a>
28- <a href="https://l24.im/b7h6Ld">https://l24.im/b7h6Ld</a>
29- <a href="https://t.ly/xa9mj">https://t.ly/xa9mj</a>
30- <a href="https://t.ly/BXy_h">https://t.ly/BXy_h</a>
31- <a href="https://t.ly/H-Evv">https://t.ly/H-Evv</a>

The news texts on online sites were transferred to the Maxquda 2020 qualitative data analysis program without distorting their original form. Images and various advertising content in the news texts were deleted, and the English texts were translated into Turkish and prepared for content analysis. Inductive content analysis was used in this study. Inductive content analysis is preferred to arrive at a detailed opinion on

In this context, researchers have sometimes coded the news texts in the form of a sentence and sometimes in the form of a paragraph using the Maxquda 2020 program. Then, similar codes resulting from open coding were combined to form categories.

**Table 2.** Explanations on the Themes Created to Determine the Impact of the Ukraine-Russia War on Cultural Heritage

<b>The Effect of the Russia-Ukrainian War on Cultural Heritage</b>	
Cultural Heritage Plundering	refers to the act of Russian soldiers stealing and taking away the cultural heritage artifacts located in cultural heritage areas within Ukraine's borders during the Ukraine-Russia War.
Cultural Heritage Bombing	refers to the act of Russian soldiers and Russian aircraft bombing the cultural heritage areas located within Ukraine's borders during the Ukraine-Russia War.
Cultural Heritage Burning	refers to the act of Russian soldiers setting fire to the cultural heritage areas and museums located within Ukraine's borders during the Ukraine-Russia War.
Abduction of Museum Directors	refers to the act of Russian soldiers forcibly taking the directors of museums located within Ukraine's borders away from their museums and holding them elsewhere during the Ukraine-Russia War.
<b>Actions to be Taken for Russia to Stop Cultural Heritage Destruction</b>	
Imposing sanctions on Russia.	expresses the imposition of various sanctions by the United States and Western countries on the Russian government to prevent the destruction of cultural heritage sites by stopping the occupation of Ukraine.
Dismissing Russia from UNESCO	Deleting important heritage sites from the UNESCO World Heritage List belonging to the Russian state.
Filing a case against Russia at the International Criminal Court	expresses the need to file a lawsuit against Russia in the International Criminal Court, where war crimes, crimes against humanity, genocide, and aggression crimes are handled.
<b>Causes of Destruction of Cultural Heritage</b>	
Destroying the culture of a society and erasing its memory	The destruction of cultural heritage sites by Russian soldiers and aircraft, resulting in the erasure of Ukraine's cultural history and severing its connection to the past for the Ukrainian people.
<b>Measures Taken / To Be Taken for the Protection of Cultural Heritage</b>	
Dialogue of Government with international partners	The Ukrainian government's need for discussing with other countries to establish joint strategies for the protection of cultural heritage sites.
Restoration works	expresses the need to start renovating the cultural heritage sites by the Ukrainian Government that have been damaged.
Identification of safe zones	the Ukrainian government needs to identify high-security areas to relocate movable cultural heritage artifacts.
Funding	Providing the Ukrainian government with financial support from international aid organizations for the reconstruction of cultural heritage sites that have been damaged by the war.
Issuance of guidelines for the protection and evacuation of collections	Creating picture documents to clarify the issues of important collections in museums not damaged during the war and the relocation of these artifacts from the museums.
Establishment of no-fly zones	refers to implementing a flight ban over the airspace of important cultural heritage sites located in Ukraine.
Training plans for Ukrainian law enforcement by UNESCO	The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) should plan various trainings for law enforcement officers working in Ukraine to protect cultural heritage sites from the destructive impact of war.

**Table 2 (Continued).** Explanations on the Themes Created to Determine the Impact of the Ukraine-Russia War on Cultural Heritage

<b>Measures Taken / To Be Taken for the Protection of Cultural Heritage</b>	
Organizing online meetings with cultural heritage experts	Cultural heritage experts worldwide should come together on online platforms to organize meetings to prevent the destruction of cultural heritage sites in Ukraine during war.
Cultural respect education for military personnel	Ukrainian government officials need to ensure that military personnel take online training to be cautious about cultural heritage sites.
Placement of foam and extinguishing materials in cultural heritage areas	The Ukrainian government should ensure that foam and fire extinguishing materials are available to extinguish fires that may occur in cultural heritage sites as a result of Russian attacks.
Placement of sandbags and barricades in cultural heritage areas	Military personnel in Ukraine should use sandbags to block cultural heritage sites to prevent the occupation of Russian troops.
Participation of local communities in rescue training	The Ukrainian government should provide training to the local community to rescue portable artifacts from the destructive impact of war in cultural heritage sites.
Digitalization of cultural heritage	The transfer of three-dimensional versions of cultural artifacts in museums in Ukraine to a computer environment is recommended.
The transfer of three-dimensional versions of cultural artifacts in museums in Ukraine to a computer environment	The establishment of a protection centre to protect cultural heritage sites from the destructive impact of war in Ukraine.
Transport of cultural objects to museum shelters	Moving the artifacts to the shelters of museums in Ukraine for protection against Russian attacks.
Usage of 3D printers	Using 3D printers to produce copies or models of the artifacts in cultural heritage sites in Ukraine as souvenirs.
Development of firefighting procedures	A series of steps to be taken by the authorities to prevent possible fires that may occur as a result of Russian attacks on cultural heritage sites in Ukraine.
Backups for/of digital archives	The protection of digital versions of cultural artifacts in Ukraine by keeping digital data in physical or cloud locations on computers separate from storage areas.
Placement of the International Blue Shield symbol	The placement of the International Blue Shield Sign issued by UNESCO to ensure the protection of historical and cultural treasures such as museums, frescoes, sculptures, buildings, stained glass, etc. in Ukrainian cities during times of war.
Using social media propaganda campaigns	The sharing of a pre-planned series of messages on social media platforms to influence the thoughts and behaviours of many people to protect cultural heritage sites in Ukraine from Russian attacks.

## FINDINGS

Four main categories were identified regarding the impact of the Ukraine-Russia War on cultural heritage as a result of the content analysis, which was conducted through a qualitative approach: 'Measures to be taken to stop Russia's cultural heritage destruction,' 'Causes

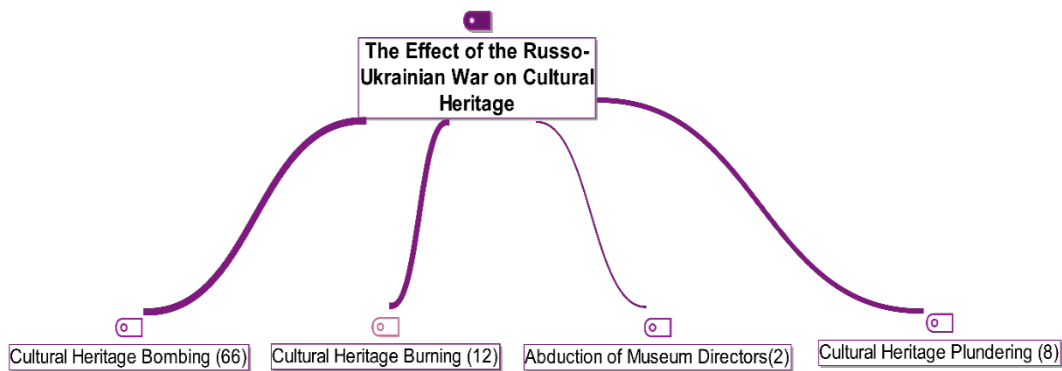
of cultural heritage destruction,' 'Measures taken or to be taken for the preservation of cultural heritage' and 'The cultural heritage impact of the Ukraine-Russia War'. A total of 28 codes were determined under these categories. Table 2 below provides explanations on the themes. Within this scope, each theme and the

elements intended to be expressed are clearly stated in the study.

After explaining the themes created to determine the impact of the Ukraine-Russia War on cultural heritage, the code-subcode-theory model was made, and a model was included for each theme from Figure 1 to Figure 4. The thickness of the arrows in the models indicates the frequency of repetition of the codes. Thus, thick arrows represent more frequently repeated codes, while thin arrows represent less frequently repeated ones.

in Ukraine, burning was also frequently mentioned in news texts. It is especially noted that Russian soldiers deliberately set fire to and burned cultural heritage sites. It is stated in news texts that cultural heritage sites were looted by Russian soldiers and that important artifacts were stolen as a result of this looting. As a result of the bombing, burning, and looting by Russian soldiers, it has been determined that even those on the UNESCO Cultural Heritage List are at risk of being destroyed due to severe damage. The following are some quotes from news texts that support this issue.

**Figure 1.** Code-Subcode-Theory Model of the Impact of the Ukraine-Russia War on Cultural Heritage



The frequently repeated codes under the category of the impact of the Ukraine-Russia war on cultural heritage are included in the code-sub-code-theory model in Figure 1. When online national and international news sites are examined, it is emphasized that Ukraine’s important cultural heritage sites were heavily bombed as a result of Russia’s occupation of Ukraine. It is stated that UNESCO-listed cultural heritage sites in Ukraine were among those bombed. In addition to the bombing of cultural heritage sites

*“The Ukrainian Ministry of Foreign Affairs announced in a social media post that 25 works by Ukrainian artist Maria Pryimachenko, exhibited at the Ivankiv Museum in Kiev, were destroyed as a result of an attack by Russian soldiers.”*

*“In Ukraine, 142 cultural heritage sites suffered heavy damage due to Russian occupation. Additionally, 377 works of art and cultural institutions were destroyed or damaged due to the actions of the occupiers. These*

**Figure 2:** Code-Subcode-Theory Model for What Needs to be Done to Stop Russia's Cultural Heritage Destruction





include 169 religious buildings, 75 cultural centers, theaters, cinemas and other art centers, 52 monuments and works of art, 45 libraries, 36 museums and reserves.”

“The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) has warned that important historical sites in Ukraine are at risk of damage and even destruction due to Russia’s continued attacks.”

“Ukrainian officials have claimed that Russian forces took more than 2,000 works of art to the Donetsk region, which is held by Russian separatists, after occupying the strategic port city of Mariupol.”

Some news articles have emphasized that some museum directors in Ukraine have been kidnapped by Russian soldiers. The following quote from a news article supports this situation:

The code-sub-code-theory model is presented in Figure 2 under the category of codes for what needs to be done to stop Russia’s cultural heritage destruction. The Ukrainian government emphasizes the need to prosecute those who destroy cultural heritage by applying to the International Criminal Court to stop Russia’s attacks on cultural heritage. In addition, it is suggested that UNESCO should delete Russian works from the Cultural Heritage List and apply various sanctions to deter Russia. Especially, it is believed that the economic sanctions applied by countries against Russia will harm the Russian economy. The following quotes from some news articles support these views.

“As the 55th day passes since Russia’s attack on Ukraine, the wave of sanctions against Moscow by Western countries continues. The expanding and increasing sanctions cover finance, energy,

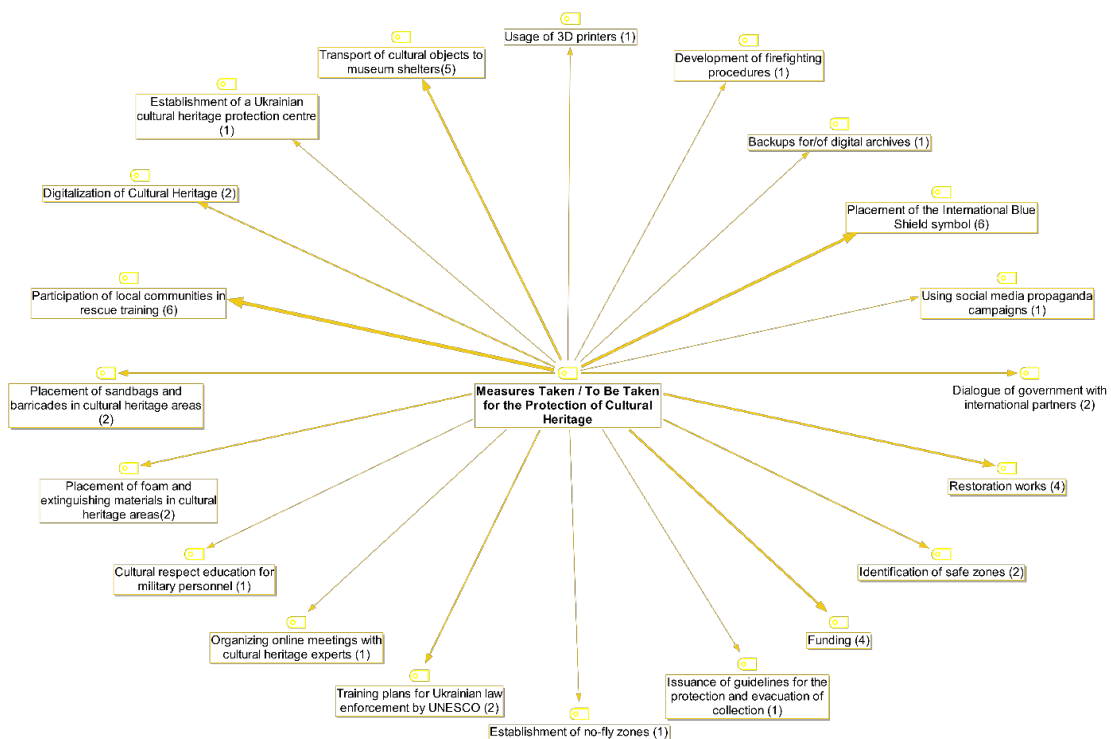
Figure 3: Reasons of Cultural Heritage Destruction



‘Russian troops forcibly entered the home of Leila Ibrahimova, director of the Melitopol Museum, put a hood over her head, and kidnapped her. They interrogated her for hours and finally released her.’

transportation, media, technology, automotive, sports, and trade sectors. According to the global sanctions monitoring database Castellum.ai, Russia has been

Figure 4: Hierarchical Code-Subcode Model of Measures Taken / to be Taken for the Protection of Cultural Heritage



*subjected to 6,918 new sanctions since February 22. The total number of sanctions imposed on Russia has reached 9,672. The International Criminal Court has launched an investigation into allegations of war crimes committed in Ukraine during Russia's occupation of the country.'*

The code belonging to the category of reasons for the destruction of Ukrainian cultural heritage is shown in Figure 3 above. It is emphasized that Russia destroyed Ukrainian cultural heritage to destroy the local culture of the Ukrainian people and erase the cultural memory of its society. Thus, it is stated that future generations of the Ukrainian people can be alienated from their own culture and lose interest in defending Ukrainian nationalism. In other words, it can be said that cultural heritage sites are being destroyed to alienate the Ukrainian people from their traditions and customs. Some news articles supporting this policy are shared below.

*'The museum recorded that cultural assets are targeted to destroy and erase the memory of society in wars, pointing out that world cultural heritage is also disappearing in Ukraine.'*

*'The museum noted that, in addition to the incredible human and environmental losses in Ukraine, world cultural heritage is also disappearing, emphasizing that cultural assets are targeted to destroy and erase the memory of society by wars.'*

The hierarchical code-subcode model for measures taken/ to be taken for the protection of cultural heritage is shown in Figure 4. It has been determined that UNESCO and the Ukrainian government have taken various measures to protect Ukraine's cultural heritage and pass it on to future generations. In particular, UNESCO provides funding to the Ukrainian government, monitors the damage to cultural heritage sites in Ukraine through satellite images and witnesses, and organizes online meetings with experts and Ukrainian government officials. On the other hand, it has also been reported in news articles that cultural heritage sites are being protected with the blue shield symbol. Some news articles supporting these statements are shared below:

*'A UNESCO spokesperson stated that the list presented by Ukrainian authorities and verified by the UN agency did not include all the damaged structures, and that experts were still reviewing many reports. The spokesperson also mentioned that they used satellite images and witness statements to verify the lists presented by Ukraine. The statement indicated that more than 10 of the damaged structures were in Kharkiv, which had been heavily shelled by Russia.'*

*Various historical and cultural assets with significant value, such as museums, frescoes, sculptures, buildings, and stained glass, are being protected by Ukrainian authorities, particularly in Kiev, Odessa, and Lviv. UNESCO placed the International Blue Shield emblem on some of these assets to contribute to their preservation during times of war. So far, no cases of damage have been reported for these assets. However, many assets that are components of national or local collective memory have been destroyed.*

*The Hague Convention, one of UNESCO's most important agreements, was signed in 1954 to prevent the destruction of cultural assets in conflict zones. The convention stipulates that all cultural assets, regardless of their identity, must be preserved. The list of cultural assets includes historical architectural monuments, books, and manuscripts. The convention emphasizes that both the country that started the war and the country in conflict must refrain from damaging them. It was suggested that a blue shield emblem be introduced to identify such works in Ukraine.'*

Other steps taken by the Ukrainian government to ensure the protection of its cultural heritage include moving works to museum shelters, carrying out restoration work on damaged cultural heritage sites, preparing guidelines for the protection and evacuation of collections in museums, digitizing cultural heritage and backing up digital data, establishing firefighting procedures, providing military personnel with training on respecting cultural heritage, placing foam and extinguishing materials in cultural heritage areas, setting up sandbag barriers in front of cultural heritage sites, and promoting cultural heritage protection on social media. It has also been reported in news articles that a Ukrainian Cultural Heritage Protection Centre, responsible solely for the preservation of cultural heritage, should be established within the government. Some news articles exemplifying this main theme are shared below.

*'Sometimes, valuable objects are transported abroad or hidden underground or in other secure locations in Ukraine; other times, increasing security at the locations where the objects are held is necessary.'*

*Producing digital copies of cultural objects with value, developing 3D models of cultural areas, or creating digital platforms for storing and managing cultural assets are effective and efficient ways of preserving and protecting cultural heritage. UNESCO has been supporting Ukrainian authorities and cultural institutions to digitize their archives and collections since the outbreak of the war.'*

## DISCUSSION

It is known that cultural heritage sites have been consciously damaged or destroyed in many wars from ancient times to the present (Kulenovic, Kulenovic & Sirovica, 2021). Attacks on cultural heritage sites in wars that occurred in countries such as Yugoslavia, Afghanistan, Syria, and Iraq, especially to erase societies' religious and cultural ties, are proof of these situations (Tejjeler, 2006). It is clearly seen that the universal treaties, agreements, and regulations in effect to protect cultural heritage sites were not adhered to in the attacks on these heritage sites (Çakırca, 2015). According to the results of this study, it has been determined that Ukraine has suffered great destruction as a result of the Russian invasion, and significant cultural heritage sites in Ukraine have been bombed, burned, and looted. Additionally, news reports have indicated that even some museum directors were kidnapped by Russian soldiers. The damage that wars cause to cultural heritage sites is emphasized in various studies in the literature (Çiftçi, 2017; Brosche, Legner, Kreutz & Ljla, 2016; Durmaz, 2019; Gündoğdu, 2019; Jimenez, 2019). For example, it is stated that 34.5% of the total cultural assets suffered varying degrees of damage and 6% were destroyed during the war in Croatia between 1992-1995 (Kulenovic et al., 2021). Especially, Yılmaz (2017) emphasized that the Warrior's Castle, which has stood for nine hundred years in the ongoing war in Syria, and the Mostar Bridge, which was destroyed by tanks and artillery during the Bosnian-Croatian War. Similarly, the Buddha statues in Afghanistan in 2001 were destroyed by the Taliban organization (Unesco, 2003), and Palmyra Ancient City in Syria (Unesco, 2013), Mosul Museum, and Mosul Library were bombed and destroyed by the DEAS/ISID terrorist organization in 2015 (Torun, 2015). It has also been emphasized in the literature that cultural heritage sites were not only bombed but also looted (Durmaz, 2019). In summary, the results obtained in this study are consistent with the results of similar studies.

It is stated that there are various reasons underlying the bombing of cultural heritage sites in wars (Brosche et al., 2016; Çiftçi, 2017). These cultural heritage sites are intentionally and deliberately destroyed as part of a plan (Çakırca, 2015). In this context, it is emphasized that Ukrainian cultural heritage is being deliberately destroyed by Russians to destroy the local culture of the Ukrainian people and erase the cultural memory of society. It is stated that in this way, future generations of the Ukrainian people can be alienated from their own culture and be less inclined to defend Ukrainian nationalism. Similarly, Brosche et al. (2016) emphasize that cultural heritage sites, which are the symbols of property, identity, and society, may be targeted in wars

caused by ethnic and religious divisions. For example, mosque minarets, which were important religious symbols for Bosnian Muslims, were deliberately burned or shot during the Bosnian War in 1992 to ensure the disappearance of Islamic values. The aim of this act was to erase the Islamic cultural identity of Bosnian Muslims that holds them together and reduce their desire to return to these places after the war (Walasek, 2015). Similarly, Çiftçi (2017) and Durmaz (2019) emphasize that attacks were carried out on cultural heritage sites in wars to erase the cultural traces of societies and destroy historical evidence. Therefore, it is possible to say that the findings of this research support the literature. During times of war, efforts should be made to protect cultural heritage sites by collaborating with both local and international organizations to prevent destruction (Gündoğdu, 2019). In this study, it was emphasized that Ukraine should apply to the International Criminal Court to stop Russia's cultural heritage destruction. This is because crimes such as targeting common cultural heritage sites of humanity in war and armed conflicts fall within the jurisdiction of international criminal courts (Yavuz, 2017). For example, in 1975, the city of Dubrovnik, which was listed on the UNESCO World Heritage List, was attacked by Serbs. During these attacks, the city walls and historical artifacts under UNESCO protection were destroyed by bombing. As a result, the International Criminal Court sentenced the commanders who caused this destruction to imprisonment in 2004 (Meron, 2005). In another example, armed groups seized control of the city of Timbuktu in the Republic of Mali in 2012, and the Mausoleums and Mosques in Timbuktu were destroyed. After this incident, the Republic of Mali applied to the International Criminal Court in 2012. In 2013, Al Mahdi, who was responsible for the bombing of historical artifacts, was arrested with an arrest warrant (Yavuz citing ICC Al Mahdi Decision, 2017). Based on these examples, Ukraine should immediately file a lawsuit against the Russian commanders who bombed the cultural heritage sites in the International Criminal Court. This way, cultural heritage destruction can be prevented as a result of the punishment that the court will impose on Russian commanders.

During times of war, common heritage sites that belong to humanity should be protected without discrimination based on religion, language, or race (Yavuz, 2017; Çakırca, 2015). Preserving the cultural heritage of societies will illuminate the path towards a better future for them (Çiftçi, 2017). In this context, it has been determined that UNESCO and the Ukrainian government have taken various measures to protect Ukraine's cultural heritage and pass it on to future generations. Specifically, UNESCO provides funding to the Ukrainian government, tracks damage to cultural



heritage sites in Ukraine using satellite imagery and witnesses and organizes online meetings with experts and Ukrainian government officials. On the other hand, cultural heritage sites are being protected with the blue shield symbol. The Ukrainian government is also taking steps to protect its cultural heritage by relocating works to museum shelters, restoring damaged cultural heritage sites, developing guidelines for preserving and evacuating collections in museums, digitizing cultural heritage and creating backups of digital copies, establishing firefighting procedures, providing military personnel with education on respecting cultural heritage, placing foam and extinguishing materials in cultural heritage areas, and setting up barricades with sandbags in front of cultural heritage sites. An examination of the relevant literature reveals that Çiftçi (2017) and Hill & Mottram (2015) emphasized the need to review international laws of war regarding the protection of cultural heritage sites and for state officials to cooperate in the cultural heritage protection process. On the other hand, Teijgeler (2006) suggests that portable cultural artifacts should be temporarily moved to safe areas outside the country to prevent cultural destruction during times of war. In such emergency situations, museums should also have evacuation plans. However, it is stated that when there is not enough time for countries to transport cultural artifacts, they should be moved to safe areas within the building, such as shelters (Teijgeler, 2006). For example, in March 2003, important portable artifacts in the Iraq Museum were moved to shelters within the museum to protect them from American attacks (Bogdanos & Patrick, 2005). On the other hand, Durmaz (2019) emphasizes that high-resolution satellite images were used to protect cultural heritage from the destructive effects of the civil war in Syria, and as a result of monitoring these satellite images, it was determined that four out of six major archaeological sites in Syria had been looted and destroyed. It is also stated that damage detection was enabled thanks to these satellite images. In another study, it is reported that rapid restoration and reconstruction projects were initiated in cultural heritage areas, online courses were given by ICOMOS-ICCROM and the Damascus National Museum officials worked together after the war in Syria (Gündoğdu, 2019). In summary, the findings of this study support the results of previous research in the literature. Important portable cultural artifacts in Ukraine should also be moved to neighbouring countries outside the war zone with the support of international institutions. Another important issue that should not be overlooked in the protection of cultural heritage is the involvement of the local community, as they are the owners of the assets to be protected. The first task of managers and officials is to raise awareness among the people about what conservation is and its

value. Expert opinions should be sought, and these experts should be involved in the process. Only those who know the city can protect its cultural heritage.

The review of relevant literature reveals that cultural heritage sites are looted, bombed, and burned in wars to erase the cultural memory of societies (Meron, 2005; Yavuz, 2017; Kulenovic et al., 2021). This study aims to investigate the effects of the Ukraine-Russia War on the cultural heritage sites in Ukraine and enrich the existing literature. While past studies have examined the effects of wars on cultural heritage in Syria, Croatia, Mali, Afghanistan, and Iraq (Çiftçi, 2017; Durmaz, 2019; Gündoğdu, 2019; Jimenez, 2019; Kulenovic et al., 2021), no research has been found on the effects of the 2022 Ukraine-Russia war on Ukraine's cultural heritage. Therefore, it is believed that the study will contribute to expanding the knowledge base on the effects of the war on cultural heritage. As an example, in the Russo-Ukrainian war, the idea of imposing sanctions on Russia to stop the destruction of cultural heritage and the proposal to remove important Russian monuments from the UNESCO cultural heritage list were discussed for the first time. Similarly, Çiftçi (2017) and Hill & Mottram (2015) emphasized the need to review international laws of war for the protection of cultural heritage sites and the importance of collaboration among state authorities in the process of cultural heritage preservation. Regarding this, the current study both supports some of the findings of Çiftçi (2017) and Hill & Mottram (2015) and contributes to the literature by providing an in-depth analysis of the impact of cultural heritage on wars. In addition to the outcomes of studies on the preservation of cultural heritage during wartime (Çiftçi, 2017; Hill & Mottram, 2015; Teijgeler, 2006; Durmaz, 2019; Gündoğdu, 2019), this study also includes a list of recommendations such as providing cultural heritage respect training to military personnel, establishing a Ukraine cultural heritage protection centre, using 3D printers, and digitalising cultural heritage.

### Contribution to the Practice

This research can contribute to the creation of guiding strategies for states where wars take place to protect cultural heritage by revealing how cultural heritage is affected during wartime, why cultural heritage is destroyed in wars, and how cultural heritage should be preserved. One of the important findings of the research is the bombing, looting, and burning of cultural heritage, so states in armed conflict should make efforts to take measures to protect cultural heritage sites. The findings on Russia's cultural heritage destruction may encourage other countries in the world to apply economic, commercial, and military



sanctions against Russia, and the International Criminal Court can take the necessary steps to sanction Russian commanders for war crimes. Russia is destroying cultural artifacts to erase Ukraine's social memory, so the Ukrainian state should frequently play national anthems and broadcast documentaries highlighting Ukrainian nationalism on Ukrainian radio and television to ensure that people bond with each other more during wartime. Finally, the findings of the research on the protection of cultural heritage should be activated by the Ukrainian state as an urgent action plan. In addition, a team of UNESCO officials should be established at the Ukrainian border to ensure the transfer of movable cultural heritage to safe zones, and the delivery of urgently brought artifacts to these teams should be ensured. Movable artifacts can be temporarily transferred to other countries with aircraft support from European countries and America.

### **Limitations and Recommendations for Future Research**

This study has several limitations. Firstly, the impact of the Ukraine-Russia conflict on Ukrainian cultural heritage was examined only by analysing national and international news texts. Secondly, due to the conflict starting in 2022, statistical data on the negative effects on cultural heritage has not yet been fully obtained. Given that this is the first study proposing a framework for protecting cultural heritage during the Ukraine-Russia conflict, future research is recommended to further validate the results.

Firstly, future researchers examining the effects of the Ukraine-Russia conflict on Ukrainian cultural heritage can conduct more comprehensive research by conducting in-depth interviews with Ukrainian museum directors. Secondly, sequential mixed-methods design can be used in future studies. In this context, scales can be created with data collected from qualitative research, and qualitative data can be presented in conjunction with survey studies based on this scale. Thirdly, the effects of wars on cultural heritage in other countries can be examined comparatively with a holistic perspective by conducting interviews with local communities as well as public and private sector officials.

## REFERENCES

- Baş, T. & Akturan, U. (2017). Sosyal Bilimlerde Bilgisayar Destekli Nitel Araştırma Yöntemleri. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Bilgili, B. (2021). Silahlı Çatışma/Savaşlar Sonrasında Kentsel Alanlarda Kültürel Mirasın Korunması ve Yönetimi: Beyrut ve Saraybosna Deneyimleri. İstanbul Teknik Üniversitesi. Mimarlık Anabilim Dalı Restorasyon Programı Doktora Tezi.
- Bogdanos, M. & Patrick, W. (2005). *Thieves of Baghdad: One Marine's Passion for Ancient Civilization And The Journey To Recover The World's Greatest Stolen Treasures*, New York, Bloomsbury.
- Botti, F. & Bianchi, C. (2023). Cultural Heritage and Religious Phenomenon Between Urbicide and Cancel Culture: The Other Side of The Russian-Ukrainian Conflict. *Religions*, 14(4), 535.
- Brosche, J., Legner, M., Kreutz & J., Ljla, A. (2016, 23 May). Heritageunderattackmotivesfortargetingculturalpropertyduringarmedconflict. Retrieved from <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1051738/FULLTEXT01.pdf>.
- Çakırca, D. (2015). Savaşın Savunmasız Düşmanı-Kültürel Miras, Munzur Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 4(6), 16-35.
- Çiftçi, G. (2017). Political Crises Implications on Unesco World Heritages Sites. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Dergisi*.7(1).146-161.
- Çokişler, N., Arslan, A., & Çokişler, E. (2016). Silahlı Çatışmaların Somut Kültürel Miras Üzerindeki Etkilerinin Turizm Bağlamında Değerlendirilmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24, 15-25.
- Coleman, L. E. S. (2022). Official Response to The Russian War Crimes In Ukraine. *Curator: The Museum Journal*, 65, 15-16.
- Diker, O. (2016) Kültürel Miras ile Kültürel Miras Turizmi Kavramları Üzerine Bir Çalışma. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi* 4(30): 365-374.
- Durmaz, A. (2019). Savaşların Kültürel Miras Üzerindeki Etkisi: Suriye Örneği. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15, 51-59.
- Erdem, M. (2018). Silahlı Çatışma Esnasında Kültürel Malların Uluslararası Toplum Yararına Korunması. *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 9(1), 185-216.
- Gültekin, N. T. & Uysal, M. (2018). Kültürel Miras Bilinci, Farkındalık ve Katılım: Taşkale Köyü Örneği. *OPUS International Journal of Society Researches*, 8(15), 2030-2065.
- Gündoğdu, S. (2019). 21. Yüzyıl Dönümünde İnsan Kaynaklı Afetlerde Toplu Göçler Ve Geriye Dönüş Sürecinde Tarihi Çevreye Yönelik Risklerin Yönetimi (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi. İstanbul.
- Hsieh, H. F. & Shannon, S. (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research*, 15, 1277-1288.
- ICRC, (2008, 23 May). How is the Term "Armed Conflict" Defined in International Humanitarian Law? Retrieved from <https://www.icrc.org/en/doc/assets/files/other/opinion-paper-armed-conflict.pdf>
- Jimenez, C. P. (2019). The Destruction of Cultural Heritage In Case of Armed Conflict: Consequences, Dilemmas, Tools to Fight It, Hopes. *Instituto Espanol de Estudios Estrategicos*.1-19.
- Jokilehto, J. (1990). A History of Architectural Conservation. Butterworth Heinemann, London.
- Keskin, M. (2015). Yakın Çevre Doktrini Bağlamında Rus Dış Politikası: Ukrayna Müdahalesi, Barış Araştırmaları ve Çatışma Çözümleri Dergisi, 2, 45-62.
- Kulenović, N., Kulenović, I. & Sirovica, F. (2020). The War Damage on Archaeological Heritage After the War: Archaeological Heritage and Landmines. *Conservation and Management of Archaeological Sites*, 22(1-2), 74-92.
- Malysh, N., Shevchenko, V. & Tkachuk-Miroshnychenko, O. (2021). State Policy in the Sphere of Protection of Cultural Heritage in Ukraine. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 11(3), 262-279.
- Meron, T. (2005). The Protection of Cultural Property in The Event of Armed Conflict Within The Case-Law Of The International Criminal Tribunal For The Former Yugoslavia. *Museum International*, 57(4), 41-60.
- Kulenović, N., Kulenović, I. & Filomena, S. (2021). The war damage on archaeological heritage after the war: Archaeological heritage and land mines, *Conservation and Management of Archaeological Sites*, 22:1-2, 74-92.
- Neuman, W. L. (2008). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. İstanbul: Yayınodası.
- Pereira, P., Bašić, F., Bogunovic, I. & Barcelo, D. (2022). Russian-Ukrainian War Impacts the Total Environment. *Science of The Total Environment*, 837, 155865.
- Reuters (2022, 23 December). Exclusive: US says Russia's Wagner Group bought North Korean Weapons for Ukraine War. Retrieved from <https://www.reuters.com/world/us-says-russias-wagner-group-bought-north-korean-weapons-ukraine-war-2022-12-22/>.

Stone, P. G. (2016). The Challenge of Protecting Heritage In Times of Armed Conflict. *Museum International*, 67(1-4), 40-54.

Teijgeler, R. (2006). Preserving Cultural heritage in times of conflict. In *Preservation Management for Libraries, Archives and Museums* (G.E. Gorman and Sydney J. Shep Eds.). Face publishing.

Torun, V. (2015). Işid'in Yok Ettiği 10 Kültürel Miras Yapısı. Retrieved from <https://arkeofili.com/isidin-zarar-verdigi-10-kulturel-miras-alani/>.

Unesco (2003, 06). Cultural Landscape and Archaeological Remains of the Bamiyan Valley. Retrieved from <https://whc.unesco.org/en/list/208>.

Unesco (2013, 05). Site of Palmyra. Retrieved from <https://whc.unesco.org/en/list/23/#:~:text=An%20oasis%20in%20the%20Syrian,centres%20of%20the%20ancient%20world>.

Unesco (2023, 18 April). Retrieved from <https://whc.unesco.org/en/list/?search=ukrain&order=country>.

Walasek, H. (2015). *Bosnia and The Destruction of Cultural Heritage*. London: Routledge.

Yavuz, H. A. (2017). Bir Savaş Suçu Olarak Kültürel Miras Niteliğindeki Eserlere Yönelik Saldırı Eylemi Uluslararası Ceza Mahkemesi'nin Al Mahdi Kararı Üzerine Bir İnceleme. *Ankara Barosu Dergisi*, 75(3), 161-196.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık: Ankara.

Yılmaz, A. (2001). *Uluslararası Ceza Hukuku*, Beta Y., İstanbul.

**Support Information:** During the preparation of this study, no aid in-kind or cash assistance/support was received from any individual or institution.

**Conflict of Interest:** There is no conflict of interest or gain in the article.

**Ethical Approval:** The author declares that the ethical rules have been observed in all preparation processes of this study. In case of a contrary situation, the *Turizm Akademik Dergisi* has no responsibility, and all responsibility belongs to the author of the article.

**Informed Consent Form:** All parties are involved in the study with their consent.

**Ethics Committee Approval:** This study is among the studies that do not require an ethics committee permission

**Contribution Rate of Researchers:** 1st author contribution rate: 50% 2nd author contribution rate: 50%.







# Turizm Akademik Dergisi

## Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



## Dark Tourism and Natural Disasters: A Proposal For An Earthquake Memorial Museum in Kahramanmaraş\*

Seyide YAPAN<sup>a\*\*</sup>, Uğur ÇINGİLOĞLU<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Manisa Celal Bayar University, Institute of Social Sciences, Department of Economics and Finance, Manisa, e-mail: nalincakseyide@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2449-3703

<sup>b</sup> Manisa Celal Bayar University, Institute of Social Sciences, Department of Economics and Finance, Manisa, e-mail: u.cingiloglu@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0526-8690

### Abstract

The relationship between disaster tourism and earthquake museums is complex. While disaster tourism can provide a powerful firsthand experience of the impact of earthquakes, earthquake museums offer a more comprehensive understanding of the science and history of these events, as well as the steps that can be taken to prepare for and mitigate their effects. Therefore, the purpose of this study is to propose an earthquake memorial museum for dark tourism in Kahramanmaraş, Turkey. Findings from literature review and recent Kahramanmaraş earthquakes have shown that the earthquake sites have the potential to be developed as dark tourism sites. By developing these sites, countries can not only help to preserve the memory of the victims of these disasters, but also raise awareness about the importance of preparedness and disaster response. Moreover, visitors can gain a deeper appreciation for the impact of earthquakes. The findings were discussed and suggestions were presented.

**Keywords:** Dark Tourism, Disaster Tourism, Kahramanmaraş Earthquake, Earthquake Memorial Museum.

### Hüzün Turizmi ve Doğal Afetler: Kahramanmaraş'ta Bir Deprem Anıt Müzesi Önerisi

### Öz

Felaket turizmi ile deprem anıt müzeleri arasındaki ilişki karmaşıktır. Felaket turizmi, depremlerin etkisine ilişkin ilk elden güçlü deneyimler sunabilirken, deprem anıt müzeleri bu olayların bilimselliği ve tarihi aracılığıyla depremin etkilerine hazırlanmak ve etkilerini azaltmak için atılabilecek adımlar hakkında kapsamlı bir anlayış sunmaktadır. Bu nedenle yapılan çalışmanın amacı, Kahramanmaraş'ta hüzün turizmi açısından bir deprem anıt müzesi önerisi sunmaktır. Yapılan literatür taraması ve son Kahramanmaraş depremlerinden elde edilen bulgular, deprem alanlarının hüzün turizmi alanları olma potansiyeline sahip olduğunu göstermiştir. Ülkeler, bu felaket alanlarını geliştirerek yalnızca bu felaketlerin kurbanlarının anılarının korunmasına yardımcı olmakla kalmamakta, aynı zamanda depremlere hazırlıklı olma ve afet müdahalesinin önemi konusunda farkındalık yaratmaktadır. Ayrıca, ziyaretçiler depremlerin etkisi konusunda daha içsel bir minnet duygusu kazanabilirler. Elde edilen bulgular literatürle tartışılmış ve öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Hüzün Turizmi, Felaket Turizmi, Kahramanmaraş Depremi, Deprem Anıt Müzesi.

JEL CODE: Z32, Z39, I23

#### Article History:

Received : May 11, 2023  
First Revision : September 19, 2023  
Second Revision : October 04, 2023  
Accepted : October 09, 2023  
Article Type : Research Article

Yapan, S., Çingiloğlu, U. (2023). Dark Tourism and Natural Disasters: A Proposal For An Earthquake Memorial Museum in Kahramanmaraş, Turizm Akademik Dergisi, 10 (2), 323-337.

\* This research is among the studies that do not require an ethics committee decision.

\*\* Corresponding author nalincakseyide@gmail.com

## INTRODUCTION

In the enigmatic realms of travel, a captivating phenomenon called “dark tourism” has intrigued tourists and scholars. This unconventional form of tourism within the contemporary visitor economy commodified “death” for popular consumption, disguised of memorials and museums, special events and exhibitions or specific tours, and it has emerged as a focal point for providers in the mainstream tourism industry (Stone, 2013). Dark tourism refers to the phenomenon of visiting sites that are associated with death, atrocity, suffering, distress, pain and tragedy (Faulkner, 2013; Gotham, 2015). In recent years, there has been increasing interest in dark tourism (Chen & Xu, 2021; Prayag, Buda & Jordan, 2021; Sarkar, Chakraborty & Valeri, 2022; Zhang, 2022; Magano, Fraiz-Brea & Leite, 2023) and disaster tourism (Wang, 2019; Liu-Lastres, Mariska, Tan, & Ying, 2020; Prastowo, Agustin & Lusiana, 2020; Martini & Sharma, 2022), with many people seeking to explore the history and legacy of past events (Minić, 2012; Stone & Sharpley, 2008). Most of tourists engage these tourism activities to understand the life of famous events or individuals by promoting empathy (Magee & Gilmore, 2015; Tucker, Shelton & Bae, 2016). They seek to develop perception about their challenging lives and their “stories”, probably ended with disasters and death (Robb, 2009). On the other hand, this can be an educational adventure for dark tourist to reinforce living values rather than death (Cohen, 2011). Experiences and consequences of wars, crimes or murders can rise awareness about how life and death actually is the only important concepts in people’s lives. Another feature about dark tourism can be individuals’ search for meaning (Stone, 2006, 2011; Minić, 2012). Findings for dark tourism researches can be controversial. Local people who witness or know people (their relatives, friends, etc.) who witness the historic events such as disasters can perceive dark tourism as commoditized tragedy, humiliation or further suffering instead of attraction (Rucińska, 2016; Korstanje, 2020). For example one may argue that dark tourism is inappropriate for values and memories of deceased so that anger, pain or upsetting experiences can emerge as in the Holocaust era where Jewish Race were sent to concentration camps for Nazi ideals in Europe. One can suggest that crime-related dark destinations either promote tourism activities to adopt death and trauma reminiscences for commemorative and educational purposes or the are just commercial exploitations.

“The growing interest in dark tourism and disaster tourism reflects several trends, such as the increasing vulnerability of human settlements to natural disasters, the spreading worldwide financial crisis, and the

growth of the tourism disaster management and planning fields” (Richie, 2008). In Turkey, one such trend that has not gained attention yet as a potential dark tourism site is earthquakes. Turkey is one of the most earthquake-prone countries in the world, and the country has been hit by several devastating earthquakes over the centuries, with many resulting in significant loss of life and property damage (Gurenko, Lester, Mahul & Gonulal, 2006; Gunes, 2015; Zhang, Fung, Johnson & Sattar, 2022). It is interesting that although there have been many devastating earthquakes in Turkey throughout history, there are limited touristic attempts to learn from or raise awareness about it. This article explains the potential of an earthquake memorial museum as a disaster tourism site in Turkey.

The most important motivation of this study is the lack of empirical findings about natural disaster tourism as a dark tourism. Although theoretical approaches and few cases have shown in relation to earthquakes, literature on this topic is underdeveloped and still needs to expand to fill the gap. Many earlier studies overlooked earthquake sites and rather addressed dark tourism as a whole (Ryan & Hsu, 2011; Teigen & Glad, 2011; Coats & Ferguson, 2013; Biran, Liu, Li & Eichhorn, 2014). Recently, Min, Yang & Thapa-Magar (2021) investigated dark tourists’ experience, attitudes and benefits at seismic memorial sites in Nepal. Tang (2018) summarized major seismic memorial sites within dark tourism. Coats & Ferguson (2013) explored perceptions of dark tourists after an earthquake and made suggestions for business practices.

Death-related sites have gained attention of millions of visitors across the world (Puryova, 2013). Despite this fact, only battlefield and prison tourism researches are well-studied in Turkey (Yesildag, 2010; Topsakal & Ekici, 2014; Kantarbaeva-Bill, 2016; Coban, 2018; Cavlak & Ruziye, 2019; Aylan & Kaya, 2020). However, research on earthquake-related attractions are lacking although Turkey has a devastating and painful past due to earthquakes. This paper is the first research to recommend to build an earthquake memorial museum in terms of dark tourism in Kahramanmaraş and other ten affected provinces in Turkey.

## LITERATURE REVIEW

### **Dark Tourism: Definition and Common Examples**

Dark tourism is defined as “the act of tourists traveling to sites of death, tragedy, and suffering” (Foley & Lennon, 1996). Broadly, it is the “visitation to places where tragedies or historically note-worthy death has occurred” (Tarlow, 2005, p.48) or as “the act of travel to sites associated with death, suffering and the seemingly

macabre” (Stone, 2006, p.146). Another approach to dark tourism is the representation of encounter with death, crimes, violence, disasters, pain, suffering with emotional effects (Mionel, 2019). Destinations forming these effects can make tourists vulnerable. For instance, many tourists want to face the war crimes against humanity such as Nazi genocide on Jewish people. Auschwitz-Birkenau camp was one of the largest concentration camps owned by Nazi Germany, especially built to round up and kill or employ Jews. This historical location have been preferred by dark tourist both recreational and educational ways (Stone, 2006). On the door of the Auschwitz concentration camp, which was the disgrace of humanity of the century, was written “Arbeit Macht Frei” meaning “work sets you free” (Jenoff, 2001). This inscription on the door is still exhibited within the scope of dark tourism. Another approach to dark tourism is that it may focus on life and living rather than death and dying (Stone & Sharpley, 2008). For example, Yoshida, Bui & Lee (2016) found that atomic bombs explosion sites in Hiroshima and Nagasaki memorialized by tourists for educational context. These cities’ tragedy revealed tourism-education and war-peace themes rather than leisure.

The term “dark” express the feeling of “disturbing practices” and “morbid products and experience” in tourism industry (Stone, 2006). Attention to phenomenons about death, atrocity, and suffering in dark tourism stems from curiosity towards mortality (Fonseca, Seabra, & Silva, 2016). The attraction given to “end of life” has been top concern since pilgrimages of past (Niemele, 2010). The uncertainty and anxiety of death have become a major concern and since then death is considered as a taboo for humanity (Kunwar & Karki, 2019).

Early experiences of dark tourism involves Roman gladiator games, guided tours to watch public executions in England, and pilgrimages (Lennon & Foley, 2000; Stone, 2006). Even today, attraction of many tourists are drawn to the sites of death and tragedy such as the John F. Kennedy’s death site in Dallas, Texas, and the Ground Zero 9/11 Memorial in New York. Abandoned prisons and sites of punishment and incarcerations are also considered attraction points among dark tourists (e.g., Pentridge in Melbourne, Australia; Foley & Lennon, 1996).

According to the pre-COVID-19 data (2019), more than 2.1 million tourists visited Auschwitz Memorial and 3.2 million tourists visited the Ground Zero 9/11 Memorial annually (Lewis, Schrier, & Xu, 2021). Although the popularity of dark tourism has increased recently, there is still limited understanding as a multi-faceted phenomenon (Biran, Poria, &

Oren, 2011; Powell, Kennell & Barton, 2018; Baroch, de Almeida-Leite, Ribeiro, Alves & Camacho, 2023). Most studies were examined dark tourism on conceptual frameworks, few with empirical data and less investigated visiting intentions to dark sites (Poria, Reichel, & Biran, 2006; Zhang, Yang, Zheng, & Zhang, 2016). Raine (2013) investigated the motivations of tourists for visiting three burial grounds in UK such as St Mary’s Graveyard, Whitby, Bunhill Fields Burial Ground, London and Weaste Cemetery, Salford. Walby & Piche (2011) showed how penal museums in Canada create and communicate meaning as it regards imprisonment and punishment. Studies mostly focused on prisons, concentraton camps and historical battlefields. Yet, a wide understanding about motives of dark tourists and their intentions to visit lacks in literature.

Dark tourism have several dimensions to draw attention such as “dark experience”, “engaging entertainment”, “unique learning experience”, and “casual interest” (Lewis et al., 2021). According to Biran, Poria & Oren (2011), motives for dark tourism categorized into four factors. These include (1) the need to see dark sites to believe what really happened there, (2) learning and understanding, (3) interest in famous attractions to feel empathy with victims, (4) emotional heritage experience. Another study by Preece & Price (2002) after interviews proposed three visitation motives such as learning, historical interest and fascination with abnormal or bizarre. Ryan & Kohli (2006) found ambiguous responses about the themes of dark tourism. They found three factors such as “safety, convenience and amenities”, “nature and scenery”, and “history/culture and experience”. But these themes explained 23%, 18%, and 15% of the variance related to dark tourism, respectively. A different approach by Stone (2011) emphasize that “dark tourism mediates rapid social change through symbolically the significant other dead” as well as it mediates mortality by representing and communicating death.

Especially since the 2000s, many researchers studied on various aspects of dark tourism (Biran & Hyde, 2013; Stone, 2013; Ashworth & Isaac, 2015; Shekhar & Valeri, 2022). However, with the development of the dark tourism phenomenon and providing an important tourism experience for tourists, new concerns and moral dilemmas have increased. Today, many countries try to learn their history by preserving and living it. Dark tourism has emerged to domestic and foreign tourists in places where important events in history have taken place, in order to increase the motivations that provide educational and instructional, national unity and integrity, and to meet individuals’ curiosity and learning motives.

### Disaster Tourism As A Part of Dark Tourism

Terminologically, dark tourism forms an umbrella concept, involving various similar concepts such as penal-prison tourism (Light, 2017). Other terms used within dark tourism are genocide tourism, thanatourism, morbid tourism, grief tourism, disaster tourism, suicide tourism and so on (Kunwar & Karki, 2019). In context of disaster tourism, most important motivation for visiting destinations of natural hazards and disasters is the emotions, observing nature's impacts and tragedy rather than safety and comfort. The natural disaster tourism can be classified as the dark tourism. In disaster tourism, destinations should be directly affected by natural events and their consequences. Some of these destinations can be categorized as thanatourism due to historical and cultural interests or as black spots due to mass murder and death such as 300,000 tsunami and earthquake-related deaths in Haiti in 2004 (Rucińska, 2016).

A disaster is defined as "an extraordinary event, recovery from which demands external assistance and resources" (Tierney, Lindell & Perry, 2001; cited in Sharpley & Wright, 2018). Natural disasters have a unique way of drawing tourist's attention. Many people feel a sense of fascination with the power of nature and want to witness it firsthand. Earthquakes are one such natural disaster that draws tourists. According to Islam, M. & Islam M.N. (2016), earthquakes are a sudden and violent shaking of the earth's surface caused by the movement of tectonic plates. They can cause significant damage to buildings and infrastructure, and loss of life (Bulut et al., 2005). However, earthquakes also offer a unique opportunity for tourists to witness the power of nature in action.

For disaster tourism, Rucińska & Lechowicz (2014) indicated positive and negative functions in four categories as physical, mental, economic, and educational. Emotional experiences in mental category are considered both negative and positive while economic and educational benefits are often dominant. Many tourists may perceive post-disaster sites as "places to avoid" even the reconstruction was completed. However, disasters can change composition of local tourism market (Nepal, 2015). This "changing composition" is known as disaster tourism which is often considered as a subset of dark tourism (Korstanje, 2014). In the cases of Christchurch in New Zealand and L'Aquila in Italy, cities rapidly became disaster tourism destinations where tourists "attracted to the horror of the destroyed cities" (Wright & Sharpley, 2016). Disaster tourism's ability to create new post-disaster dark tourism products makes it more tourism flexibility (Miller, 2008; Prayag, 2016) as well as emphasizing

connections between tourism and disasters' social and economic recovery (Tucker et al., 2016).

In recent years, there has been a rise in disaster tourism, with people travelling to areas affected by earthquakes to witness the aftermath and to offer help and support. For example, after the 2011 earthquake in Christchurch, New Zealand, the city became a popular destination for tourists interested in disaster tourism (Prayag, 2016; Tucker et al., 2016; Jordan & Prayag, 2022). Other earthquake memorial sites after seismic hazards are "San Francisco Fire Department Museum" after Great San Francisco Earthquake of 1906 in United States, "Hokudan Earthquake Memorial Park" in Japan after the Kobe Earthquake of 1995, "Wenchuan Earthquake Memorial Museum" in China after 2008 earthquake and "Baan Nam Khem Memorial Park" after the Sumatra-Andaman Earthquake and Tsunami of 2004 in Thailand (Hartmann, 2014; Tang, 2018).

One of the most notable earthquake in Turkish history is the 17 August 1999 Izmit earthquake, which struck the Marmara region of Turkey and caused widespread destruction. The earthquake measured 7.6 on the Richter scale and was responsible for the deaths and injuries of approximately 20,000 and 50,000 people, respectively (Kunwar & Limbu, 2015), making it one of the deadliest earthquakes in the 20th century. In the aftermath of the disaster, the government and aid organizations worked together to rebuild the affected areas, and today, the region is home to several memorials and monuments that commemorate the victims of the earthquake. Another significant earthquake in Turkish history was the Duzce earthquake of 12 November 1999, which struck the Black Sea region of Turkey (Tobriner, 2000). The earthquake measured 7.2 on the Richter scale and caused widespread damage and loss of life. Analysis after the earthquake showed that the most damaged buildings were not suitable for residential areas and were not designed or constructed in accordance with Turkish earthquake code (Ates, Onur-Ugur, Akbiyikli, Polat & Keskin, 2017). Like the Izmit earthquake, the Duzce earthquake has also left its mark on the region, with several monuments and memorials erected to commemorate the victims of the disaster. In addition to the Izmit and Duzce earthquakes, there are also several other earthquakes in Turkish history that could be developed as dark tourism sites. For example, 2011 Van earthquake was a devastating natural disaster that occurred in the eastern part of Turkey. On October 23, 2011, a 7.2 magnitude earthquake struck the city of Van, causing widespread destruction and was responsible for the deaths of over 600 people. The earthquake affected not only the buildings and infrastructure of the city but also its cultural heritage, damaging several historical sites and artifacts (De Gori, Akinci, Pio Lucente &



Kilic, 2014; Yazgan, Oyguc, Erguven & Celep, 2016). These earthquakes offer an opportunity to learn about the impact of earthquakes on communities and the role of government and aid organizations in responding to disasters.

Both the Izmit and Duzce earthquakes have the potential to be developed as dark tourism sites, as they offer a unique opportunity for visitors to learn about the impact of earthquakes on communities and the role of aid organizations in responding to disasters. For example, visitors could visit the earthquake memorials and monuments in the affected regions and learn about the events through guided tours, exhibitions, and interactive displays. They could also visit the ruins of buildings that were destroyed in the earthquakes and learn about the rebuilding efforts that took place in the aftermath.

Recently, on February 6, 2023, two devastating earthquakes occurred in the Southeastern part of Turkey (AFAD, 2023). Earthquakes have occurred along the East Anatolian Fault Zone. While the magnitude of the first big and destructive earthquake was  $M_w=7.7$ , the magnitude of the other one was calculated as  $M_w=7.5$ . Among these devastating earthquakes, a large aftershock of  $M_w=6.7$  and several  $M_w>6.0$  aftershocks occurred. Numerous aftershocks still continue to shake the earthquake zone. The first reports from the area where the earthquake took place point to heavy damage and loss of life (Utkucu, Durmuş, Uzunca & Nalbant, 2023). Latest data suggested that 45,089 citizens lost their lives and hundreds of thousands were injured (AFAD, 2023). However, the death toll is expected to rise as debris is collected and many missing people are still considered under the debris [1].

### **Role of Earthquake Museums in Disaster Tourism**

An earthquake museum is a facility dedicated to educating the public about earthquakes and their impact as well as served as commemorate the events regarding an earthquake, impart knowledge through entertaining means and exhibit artifacts from past earthquakes such as damaged buildings (Ryan & Hsu, 2011). Earthquake museums may offer educational programs and events, such as lectures, workshops, and guided tours. Some earthquake museums may also be involved in research related to earthquakes and seismic activity. Overall, the goal of an earthquake museum is to increase awareness and understanding of earthquakes, as well as to promote earthquake preparedness and safety.

Several earthquake museums were built across the World, particularly in Asia. After seven years from Kobe earthquake in 1995, Earthquake Memorial Museum

was opened for education and reducing natural disaster risk in Japan (Rucińska, 2016). This museum is dedicated to the victims of the Great Hanshin-Awaji Earthquake of 1995. The museum features exhibits on the earthquake's impact and aftermath, as well as interactive displays that simulate earthquake experiences. According to Nishisaka, Yazawa & Furuya (2022), many museums and stone monuments were established to communicate the insights obtained from 2011 Great East Japan Earthquake. More than 200 facilities have been registered as "earthquake memorial facilities" by the Japanese government. Tokyo Reconstruction Memorial Museum, Mt. Unzen Disaster Memorial Hall, Okushiri Tsunami Memorial Museum, Disaster Reduction and Human Renovation Institution, Nojima Fault Preservation Museum, Chuetsu Earthquake Memorial Corridor, and Inamurano-Hi no Yakata are other disaster museums which function as community connection, education, object exhibition, scientific explanation, and storytelling (Maly & Yamazaki, 2021). The Beichuan National Earthquake Ruins Museum in Chengdu, China is dedicated to the victims of the 2008 earthquake that struck the Sichuan province of China and disaster tourism was developed (Gao & Otani, 2018). The museum features exhibits on the earthquake's impact and aftermath, as well as a memorial wall with the names of the victims in 2011 (Xu, 2018). Earthquake museums in the Far East reinforce information sharing among generations and ensure that the earthquakes are not forgotten. Another function of earthquake museums is to keep the research on earthquakes alive and visible.

L'Aquila Earthquake Memorial Museum in Italy is dedicated to the victims of the 2009 earthquake that struck the city of L'Aquila in central Italy (Pica, 2018). The museum features exhibits on the earthquake's impact and aftermath, as well as a 3D model of the earthquake's epicenter. Christchurch Quake Centre in New Zealand is a museum and research center dedicated to the earthquakes that struck the city of Christchurch in 2010 and 2011. The museum features exhibits on the earthquakes' impact and aftermath, as well as information on earthquake engineering and building safety (Davies, 2012; Topham, 2017). San Francisco Fire Museum in the US are dedicated to the 1906 San Francisco earthquake, which was one of the deadliest and most destructive earthquakes in US history. The museums feature exhibits on the earthquake's impact and aftermath, as well as information on earthquake preparedness and early warning systems (Sumy, Jenkins, McBride & de Groot, 2022).

In Turkey, Adapazarı Earthquake and Culture Museum in Sakarya was started to be built in 2000 and opened to visitors in 2004. It is affiliated to Adapazarı

Municipality and has a usage area of 450 square meters. The museum involves exhibition stands, cafeteria, and cine-vision hall. Pre- and post-earthquake photographs of the 1967 and 1999 earthquakes in Adapazarı, a vibrating electronic stand that creates artificial earthquakes, construction materials related to the construction technique of the buildings destroyed in the earthquake, seismograph and other earthquake-related elements are exhibited (Ozcelik, 2012). The purpose is to offer and authentic experience to visitors and “take a lesson” from the tragedy. The architecture and interior arrangement of the building is completely built as an art gallery where photographs, paintings, and similar materials can be exhibited (Coban, 2018). Due to the fact that the region is in the first degree earthquake zone, the purpose of the museum is to continuously keep the earthquake phenomenon on the agenda of Turkey (Ministry of Culture and Tourism, 2013).

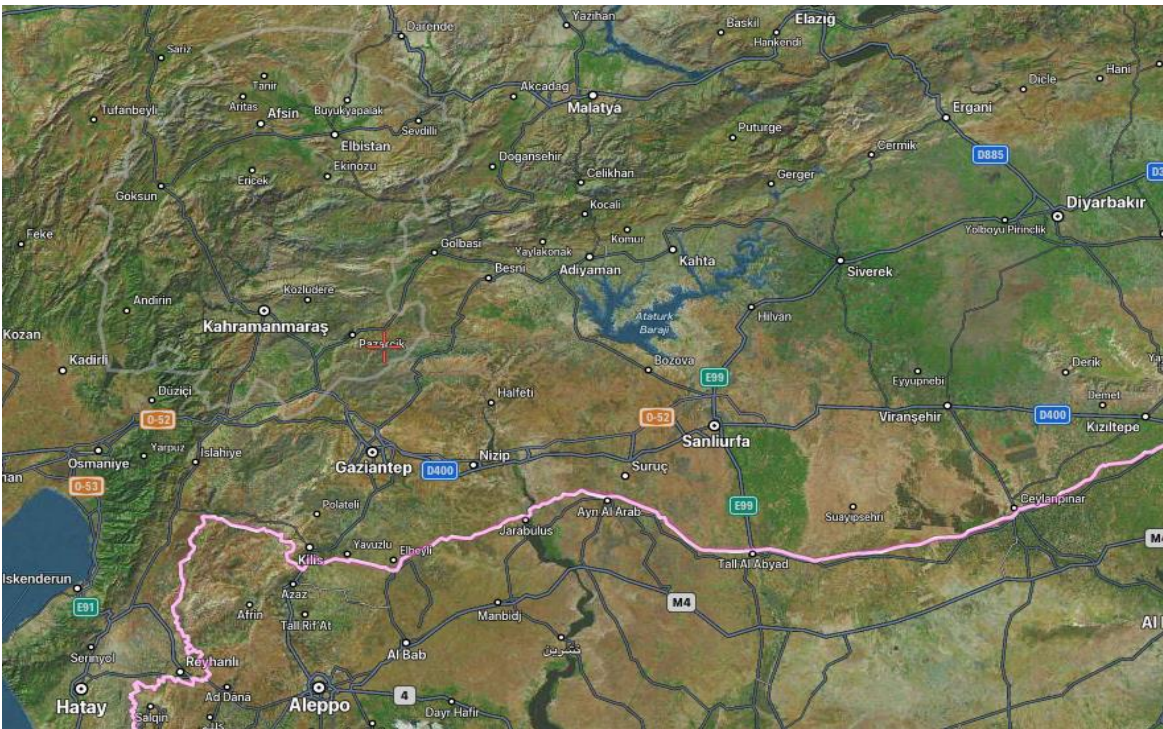
## METHODOLOGY

Literature review methodology was adopted for the study. A literature review can broadly be described as “a more or less systematic way of collecting and synthesizing previous research” (Baumeister & Leary, 1997; Tranfield, Denyer, & Smart, 2003; Snyder, 2019: 333). Published materials that provide examination of recent or current literature was obtained from books, journal articles, reports, and online documents or

publications. Literature review can cover wide range of subjects at various levels of completeness and comprehensiveness, and may include research findings (Grant & Booth, 2009).

The research approach for the literature review is primarily systematic and comprehensive. It aims to identify, evaluate, and synthesize existing scholarly works, academic articles, books, reports, and other relevant sources that explore the intersection of dark tourism and natural disasters, as well as the establishment of earthquake memorial museums. Multiple electronic databases, such as Scopus, Web of Science, and Google Scholar, are utilized to gather a wide range of publications. Keywords and search terms related to dark tourism, natural disasters, and earthquake memorial museums are used in various combinations to ensure a comprehensive search.

The inclusion and exclusion criteria are established to ensure that only relevant literature is included in the review. The criteria is determined based on the research objective and the focus of the study. The inclusion criteria may include scholarly articles published in peer-reviewed journals, books, reports, and other credible sources that explore dark tourism, natural disasters, and the establishment of memorial museums. The exclusion criteria involve non-English publications, irrelevant topics, or studies that do not align with



**Figure 1.** Satellite image of the provinces affected by Kahramanmaraş earthquakes

**Kaynak:** [https://satellites.pro/Turkey\\_map#37.197518,37.029419,8](https://satellites.pro/Turkey_map#37.197518,37.029419,8).



the research objective. Data synthesis identified gaps, trends, and areas of consensus or disagreement in the existing literature for earthquake memorial museums.

As this study involves a literature review, ethical considerations mainly revolve around proper citation and acknowledgment of the sources referred. All sources were appropriately cited and referenced to ensure intellectual property rights and avoid plagiarism.

## FINDINGS

An earthquake memorial museum after recent Kahramanmaras earthquakes can be a powerful tool for educating visitors about the science, history, and impacts of earthquakes, as well as the importance of earthquake preparedness and mitigation. This proposal for an earthquake museum design was explained by certain characteristics such as location, exhibitions, design, and possible contributions to community and region.

**Location:** The earthquake memorial museum could be located in a seismically active or heavily damaged area such as Elbistan or Pazarcik in Kahramanmaras to highlight the importance these regions. Although Hatay is most affected region by these earthquakes, it is thought that priority should be given to this regions, since the epicenter of these earthquakes is Kahramanmaras. If different earthquake memorial museums are planned to be built in the future, it may be appropriate to build a museum with a similar concept in Hatay.

**Exhibitions in the Museum:** The earthquake memorial museum could feature a variety of interactive exhibits including seismic activity simulator, earthquake

science exhibit, historical science exhibit, seismic retrofitting exhibit, emergency preparedness exhibit. Seismic activity simulator recreates the experience of an earthquake, allowing visitors to experience the shaking and vibration of an earthquake in a controlled environment. Earthquake science exhibit explains the scientific mechanism behind earthquakes, including tectonic plate movement, fault lines, and seismic waves. Historical earthquake exhibit chronicles the history of earthquakes in Turkey, including notable earthquakes and their impacts on Turkish communities. Seismic retrofitting exhibit demonstrates how buildings can be retrofitted to withstand earthquakes, including examples of retrofitted buildings in Turkey and around the world. Emergency preparedness exhibit provides information and resources for earthquake preparedness, including emergency kits, evacuation plans, and communication strategies.

Different visual and auditory exhibitions could be designed specifically for tourists. Earthquake museum could feature film screenings which shows documentary-like films or records related to recent earthquakes. These displays can highlight the devastating impact of the earthquakes, shown as in Figure 2 and explain the story of earthquake victims or survivors by using dramatic storytellings. Moreover, earthquake souvenir shops that sells earthquake-related souvenirs such as earthquake kits, emergency supplies, books, and clothing should be included. Further, tourists can learn about disaster relief efforts and how countries come together to help those in need after an earthquake by disaster relief exhibits. The exhibit could showcase stories and images after two massive earthquakes, demonstrating the co-operation of search and rescue teams from many different



**Figure 2.** Images of collapsed or destroyed houses after two earthquakes in Kahramanmaras

**Kaynak:** <https://www.bolgegundem.com/kahramanmarastaki-son-durum-yurekleri-acitti-iste-kahramanmaras-depreminin-13740g-p13.htm>)

countries, as in Kahramanmaraş. Finally, an interactive earthquake preparedness exhibit can teach tourists about earthquake preparedness and the importance of readiness. Visitors can interact with displays, games, and simulations to learn about how to prepare for and survive an earthquake.

Lastly, a “lessons learned” and “how to be organized” corners should be involved in the museum. In Turkey, poor emergency response and funding and resources for earthquakes has been major problems for many years. In the immediate aftermath of an earthquake, local authorities were overwhelmed by the need to respond to the disaster. They are responsible for coordinating rescue efforts, providing medical care, and distributing aid to affected individuals. This created a significant amount of pressure on local authorities, particularly for those who were under-resourced and inexperienced in disaster response. On the other hand, rebuilding efforts can require a significant amount of funding and resources. Local authorities are struggled to secure the necessary support. In addition to state institutions, clothing and food aids and donations were made from other regions of Turkey by both individuals and national or international organizations.

**Design:** The earthquake memorial museum could be designed to reflect the seismically active environment in which it is located. The building could feature earthquake-resistant construction techniques and materials, such as base isolation and steel frames, to demonstrate the importance of seismic retrofitting. The museum could also incorporate outdoor exhibits and demonstration areas, such as a seismic retrofitting demonstration site, to provide hands-on learning opportunities for visitors. By incorporating interactive exhibits, historical information, and demonstrations of seismic retrofitting techniques, the museum could help visitors understand the science, history, and impacts of earthquakes, and encourage them to take steps to protect themselves and their communities.

In the memory of earthquake victims, the museum should include memorials to remember them as well as displays that honor the heroes who worked to save lives during search and rescue. However, exploitations and privacy should be considered during the design of the proposed museum. Disaster tourism can be exploitative if it is done without regard for the people who have been affected by the disaster. Visitors may take insensitive or disrespectful photos and treat the disaster site as a spectacle. On the other hand, privacy violation can also disrespect the privacy of those affected and their loved ones by the earthquakes. There is also risks which can cause emotional distress for survivors and families of victims. Visits may trigger traumatic memories or

retraumatize those who have already suffered loss or trauma. To prevent these drawbacks, consent from families or relatives of victims should be taken before displaying anything in the museum.

All museum parts should include foreign language statements to create a more inclusive and welcoming environment for all visitors, regardless of their background or language proficiency. First, by including foreign language statements, visitors can better understand and connect with the content of the museum which can enhance their experience. Second, the museum can show respect and sensitivity to visitors from different cultures and backgrounds. Third, in regions where earthquakes have affected multiple countries or regions, foreign language statements can help ensure that all affected communities are represented and included in the memorial.

The proposed earthquake memorial museum is expected to contribute to several fundamental domains for both citizens and tourists:

(1) **Raising Awareness:** Earthquake memorial museum in the context of disaster tourism can help to raise awareness about the impact of natural disasters. By witnessing the aftermath of a disaster, visitors can better understand the devastation that can be caused and the importance of disaster preparedness and relief efforts.

(2) **Educational Opportunity:** Earthquake memorial museum can provide an educational opportunity for visitors to learn about the causes and effects of disasters, as well as the science behind natural disasters like earthquakes or other extreme events.

(3) **Historical Preservation:** Some disaster sites such as the Hiroshima Peace Memorial Park serve as reminders of historical events and can be important for preserving cultural and historical heritage.

(4) **Economic Benefit:** Earthquake memorial museum can bring a significant level of economic boost to local communities that have been affected by a disaster. Visitors spend money on accommodation, food, transportation, and souvenirs, which can create jobs and stimulate local businesses. In other words, tourists can support the local economy by staying in Kahramanmaraş or adjacent provinces which were affected by the earthquake.

Since significant damage has occurred in the aftermath of the earthquakes, there is a need for long-term reconstruction and rebuilding efforts. This includes the construction of new buildings, homes, and infrastructure. These efforts can create job opportunities for local residents with relevant



skills. Moreover, dark tourism organizations can be established to meet tourists' demands such as education and improve local employment and economy. Further, there may be a temporary decrease in tourism due to the severity of the earthquake and the impact on local attractions. However, as recovery efforts progress, it can be an opportunity to attract visitors to the area to witness the rebuilding efforts and learn about the community's resilience.

## DISCUSSION, CONCLUSION, AND RECOMMENDATIONS

Disaster tourism and earthquake museums are two seemingly disparate concepts that share a complex relationship. On one hand, disaster tourism traveling to destinations that have experienced natural or man-made disasters, often with the intention of observing the destruction and its aftermath. On the other hand, earthquake museums aim to educate visitors about the science and history of earthquakes, as well as the impact they have had on communities and the steps that can be taken to mitigate their effects. While the two may seem contradictory, they are in fact intertwined, and their relationship is worth exploring. We consider dark tourism as a developing and promising discipline and highlight the importance between historical events-people and experiences which may be the key to education, new pursuits, finding a meaning for life and/or entertainment.

This study suggests that disasters offer a unique opportunity for visitors to learn about the impact of earthquakes on communities, remembrance of the people and past, and the role of aid organizations in responding to disasters. Limited dark tourism cases related to earthquake memorials support the common themes of "memorialization of dead", "educational experience" and "tourism recovery actions (organization)" (Beirman, Upadhayaya, Pradhananga & Darcy, 2018; Tang, 2018; Kunwar & Karki, 2020; Min et al., 2021). Kunwar & Karki (2020) suggested that visitors who want to see the epicenter of an earthquake is increasing and this is suitable with dark tourists seeking for authenticity in dark sites. Biran et al. (2014) explored that tourists are generally motivated by push factors regarding leisure pursuits after an earthquake. Therefore, an earthquake destination in the aftermath can still be suitable for visitors attraction (Yang, Wang & Chen, 2011).

Previous dark tourism literature also indicated motivation factors as curiosity towards death, authenticity, remembrance, edutainment [2], historical consciousness, and emotional experiences (Lennon & Foley, 2000; Wilson, 2008; Stone, 2010; Isaac & Cakmak, 2013; Yan, Zhang, Zhang, Lu & Guo, 2016;

Lewis et al., 2021). Beirman et al. (2018) found that "Nepal Tourism Rapid Recovery Taskforce Report and Recommendations" developed by The Pacific Asia Travel Association (PATA) had significant contribution as recovery program aftermath of the earthquake. Embracing volunteer and accessible tourism can greatly enhance visitor attractions to earthquake sites. In case for Turkey, Turkish Ministry of Tourism provided social, psychological, and financial support to restore tourism market after 1999 Izmit Earthquake (Kunwar & Limbu, 2015). Unfortunately, recent Kahramanmaras earthquakes showed unpreparedness of Turkish community as a whole. Therefore, memorialization of the dead and education can offer a solution for which the same problems do not happen again. Depending on this, Adapazarı Earthquake Culture Museum is considered as a good example to commemorate the earthquake with its meaningful exhibits. However, it doesn't involve foreign language statement in the exhibition halls and mainly focuses on domestic tourists (Coban, 2018).

This proposal for an earthquake memorial museum is based on literature findings and real-life implications. Similar earthquake memorials and museums often contain exhibits and interactive displays that explain the causes of earthquakes, their effects on the environment and infrastructure, and the steps that can be taken to mitigate their effects (Rucińska, 2016; Gao & Otani, 2018; Xu, 2018; Maly & Yamazaki, 2021; Nishisaka et al., 2022; Sumy et al., 2022). In addition, many earthquake museums feature historical artifacts and first-hand accounts from people who have experienced earthquakes, providing a deeper understanding of the human impact of these events (Ryan & Hsu, 2011; Maly & Yamazaki, 2021). On the other hand, disaster tourism can also provide an opportunity for people to witness the impact of earthquakes in context of emotional experience to gain a deeper appreciation for the impact of these events on local communities. While this experiences can be a powerful experience, it is important for visitors to approach disaster tourism with sensitivity and respect, and to avoid exploitative or voyeuristic behavior.

Findings from previous literature can not be generalized to all dark tourism sites due to unique characteristics of various earthquake sites (Tang, 2018; Min et al., 2021). Coats & Ferguson (2013) found controversial responses between visitors and residents for post-earthquake dark tourism practices. Their study showed that while visitors' motivation was curiosity with the macabre, residents' motivation was "remembrance and confronting death as part of the grieving process". They also emphasized that as time passes, some responses to touristic activities changes.

For example, sensitiveness of residents against taking photos, consciousness and preservation of visitor was significantly reduced as time passed. This is linked with intense media exposure and public interest through constant communications and the provision of supply at the earlier period of earthquake (Coats & Ferguson, 2013). This is important to explain the situation of Turkey for many years. The fact that earthquake experiences are forgotten by both citizens, local and central authorities is a common problem in daily life. In order to maintain conscious and preventive behaviors, the use of earthquake memorial museums should be expanded as an important educational and touristic tool.

At its core, disaster tourism is driven by a mix of curiosity, fascination, and a desire to understand the impact of catastrophic events. While some people may be drawn to these destinations out of a genuine desire to help or to learn, others may be motivated by a sense of thrill-seeking or the desire to capture dramatic footage for social media. Whatever the motivation, disaster tourism is a complex and often controversial phenomenon that has been for exploiting the suffering of disaster-stricken communities. To overcome exploitation drawbacks, earthquake memorial museums should be primarily designed with the intention of educating visitors about the science of earthquakes and their impact on communities. This knowledge can be especially valuable for people who live in areas that are prone to earthquakes, as they can use this information for better preparation for future disasters.

## REFERENCES

- AFAD. (2023). Kahramanmaraş'ta meydana gelen depremler hk. basın bülteni -36. Retrieved from <https://www.afad.gov.tr/kahramanmarasta-meydana-gelen-depremler-hk-36>
- Ashworth, G. J., & Isaac, R. K. (2015). Have we illuminated the dark? Shifting perspectives on 'dark' tourism. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 316-325.
- Aslan, S. (2015). Prison tourism as a form of dark tourism. *Journal of International Social Research*, 8(40), 600-608.
- Ates, A., Onur-Ugur, L., Akbiyikli, R., Polat, H., & Keskin, I. (2017). Assessment of slope movements, damages on buildings, site effects and liquefaction failures of the 12 November 1999 Duzce Earthquake (Mw= 7.2) in vicinity of Efteni Lake Area (Duzce-Turkey). CEON Repozytorium. <https://depot.ceon.pl/handle/123456789/13554>
- Aylan, S., & Kaya, İ. (2021). Bir hüznün turizmi destinasyonu olarak Ulucanlar Cezaevi Müzesi ziyaretçilerinin elektronik yorumlarının içerik analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 488-504.
- Baloch, A.G., de Almeida-Leite, E. M., Ribeiro, H. N. R., Alves, S. R. P., & Camacho, E. (2023). Dark tourism in India: Significance and challenges. *98th International Scientific Conference on Economic and Social Development, Book of Proceedings* (pp.312-318). Varazdin Development and Entrepreneurship Agency and University North.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1997). Writing narrative literature reviews. *Review of General Psychology*, 1, 311-320. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.1.3.311>.
- Beirman, D., Upadhayaya, P. K., Pradhananga, P., & Darcy, S. (2018). Nepal tourism in the aftermath of the April/May 2015 earthquake and aftershocks: Repercussions, recovery and the rise of new tourism sectors. *Tourism Recreation Research*, 1-11. doi:10.1080/02508281.2018.1501534
- Biran, A., & Hyde, K. F. (2013). New perspectives on dark tourism. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(3), 191-198.
- Biran, A., Liu, W., Li, G., & Eichhorn, V. (2014). Consuming post-disaster destinations: The case of Sichuan, China. *Annals of Tourism Research*, 47, 17. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.03.004>.
- Biran, A., Poria, Y., & Oren, G. (2011). Sought experiences at (dark) heritage sites. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 820-841. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.12.001>
- Bulut, M., Fedakar, R., Akkose, S., Akgoz, S., Ozguc, H., & Tokyay, R. (2005). Medical experience of a university hospital in Turkey after the 1999 Marmara earthquake. *Emergency Medicine Journal*, 22(7), 494-498. <http://dx.doi.org/10.1136/emj.2004.016295>
- Cavlak, N., & Ruziye, C. O. P. (2019). Yerli ve yabancı turist deneyimi: Gelibolu yarımadası Tarihi Milli Parkı Milliyet temelinde bir analiz. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(3), 163-173. <http://dx.doi.org/10.17123/atad.656006>
- Chen, S., & Xu, H. (2021). The moral gaze in commercialized dark tourism. *Current Issues in Tourism*, 24(15), 2167-2186.
- Coats, A., & Ferguson, S. (2013). Rubbernecking or rejuvenation: Post earthquake perceptions and the implications for business practice in a dark tourism context. *Journal of Research for Consumers*, 23(1), 32-65.
- Cohen, E. H. (2011). Educational dark tourism at an in populo site: The Holocaust Museum in Jerusalem. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 193-209. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.08.003>
- Çoban, F. (2018). Political reflections on dark tourism: The case of Turkey. In M. Korstanje, B. George (Eds.), *Virtual Traumascapes and Exploring the Roots of Dark Tourism* (pp. 99-125). IGI Global.
- Davies, A.G. (2012). Memorial design: Considerations for Christchurch. Doctoral Dissertation, Lincoln University, USA.
- De Gori, P., Akinci, A., Pio Lucente, F., & Kilic, T. (2014). Spatial and temporal variations of aftershock activity of the 23 October 2011 Mw 7.1 Van, Turkey, earthquake. *Bulletin of the Seismological Society of America*, 104(2), 913-930. doi:10.1785/0120130118
- Faulkner, B. (2013). Towards a framework for tourism disaster. In J. Wilks, J. Stephen, & F. Moore (eds.), *Managing tourist health and safety in the new millennium* (pp.155-176.). New York: Pergamon Press.
- Foley, M. & Lennon, J. (1996). Editorial: Heart of darkness. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 195-197. <https://doi.org/10.1080/13527259608722174>
- Fonseca, A.P., Seabra, C., & Silva, C. (2016). Dark tourism: Concepts, typologies and sites. *Journal of Research and Hospitality*, 2, 1-6. doi:10.4172/2324-8807.S2-002
- Gao, X., & Otani, J. (2018). A study of disaster tourism in Beichuan following the Sichuan Earthquake in China: Focusing on disaster education. *Osaka Human Sciences*, 4, 29-48. doi:10.18910/68278
- Gotham, K. F. (2015). Dark tourism and disaster tourism. *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*. doi:10.1002/9781405165518.wbeosd045.pub2

- Grant, M. J., & Booth, A. (2009). A typology of reviews: An analysis of 14 review types and associated methodologies. *Health Information & Libraries Journal*, 26(2), 91-108.
- Gunes, O. (2015). Turkey's grand challenge: Disaster-proof building inventory within 20 years. *Case Studies in Construction Materials*, 2, 18-34. doi: 10.1016/j.cscm.2014.12.003.
- Gurenko, E., Lester, R., Mahul, O., & Gonulal, S.O. (2006). Earthquake insurance in Turkey: History of the Turkish catastrophe insurance pool. Report, the World Bank Group, Washington, DC.
- Hartmann, R. (2014). Dark tourism, thanatourism, and dissonance in heritage tourism management: New directions in contemporary tourism research. *Journal of Heritage Tourism*, 9(2), 166-182. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2013.807266>.
- Isaac, R. K., & Çakmak, E. (2013). Understanding visitor's motivation at sites of death and disaster: The case of former transit camp Westerbork, the Netherlands. *Current Issues in Tourism*, 17(2), 164-179. doi:10.1080/13683500.2013.776021
- Islam, R., Islam, M. N., & Islam, M. N. (2016). Earthquake risks in Bangladesh: Causes, vulnerability, preparedness and strategies for mitigation. *ARPJN Journal of Earth Sciences*, 5(2), 75-90.
- Jenoff, P. R. (2001). Managing memory: The legal status of Auschwitz-Birkenau and resolution of conflicts in the Post-Communist era. *The Polish Review*, 46(2), 131-153.
- Jordan, E. J., & Prayag, G. (2022). Residents' cognitive appraisals, emotions, and coping strategies at local dark tourism sites. *Journal of Travel Research*, 61(4), 887-902. doi:10.1177/00472875211004761
- Kantarbaeva-Bill, I. (2016). Dark tourism in Turkey: Sites, participants' determination. B. Akcesme, H. Baktir, E. Steel (eds.), *Interdisciplinarity, Multidisciplinarity & Transdisciplinarity in Humanities* (pp.179-191). Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- Korstanje, M. E. (2020). What is wrong with dark tourism research?. *International Journal of Safety and Security in Tourism/Hospitality*, 21, 9-12.
- Kunwar, R. R., & Karki, N. (2020). A study of dark (disaster) tourism in reconstructed Barpak, Nepal. *The Gaze: Journal of Tourism and Hospitality*, 11(1), 140-180. <https://doi.org/10.3126/gaze.v1i1.26637>
- Kunwar, R. R., & Limbu, B. (2015). Tourism and earthquake: A case study of Nepal and Turkey. In *Building Better Tourism with Renewed Strength, XXth NATTA Convention* (pp. 16-31). Nepal.
- Kunwar, R.R., & Karki, N. (2019). Dark tourism: Understanding the concept and recognizing the values. *Journal of APF Command and Staff College*, 2(1), 42-59. <https://doi.org/10.3126/japfcsc.v2i1.26731>
- Lennon, J. J., & Foley, M. (2000). *Dark tourism*. Hampshire: Cengage Learning.
- Lewis, H., Schrier, T, & Xu, S. (2021). Dark tourism: Motivations and visit intentions of tourists. *International Hospitality Review Emerald Publishing Limited*, 2516-8142. doi:10.1108/IHR-01-2021-0004.
- Light, D. (2017). Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism. *Tourism Management*, 61, 275-301.
- Liu-Lastres, B., Mariska, D., Tan, X., & Ying, T. (2020). Can post-disaster tourism development improve destination livelihoods? A case study of Aceh, Indonesia. *Journal of Destination Marketing & Management*, 18, 100510.
- Magano, J., Fraiz-Brea, J. A., & Leite, Â. (2023). Dark tourism, the holocaust, and well-being: A systematic review. *Heliyon*, 9, e13064. doi: 10.1016/j.heliyon.2023. e13064
- Magee, R., & Gilmore, A. (2015). Heritage site management: From dark tourism to transformative service experience?. *The Service Industries Journal*, doi:10.1080/02642069.2015.1090980
- Maly, E., & Yamazaki, M. (2021). Disaster museums in Japan: Telling the stories of disasters before and after 3.11. *Journal of Disaster Research*, 16(2), 146-156. <https://doi.org/10.20965/jdr.2021.p0146>
- Martini, A., & Sharma, N. (2022). Framing the sublime as affect in post-disaster tourism. *Annals of Tourism Research*, 97, 103473.
- Miller, D.S. (2008). Disaster tourism and disaster landscape attractions after Hurricane Katrina: An auto-ethnographic journey. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 2(2), 115-131. <https://doi.org/10.1108/17506180810880692>
- Min, J., Yang, K., & Thapa-Magar, A. (2021) Dark tourism segmentation by tourists' motivations for visiting earthquake sites in Nepal: Implications for dark tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(8), 866-878. doi: 10.1080/10941665.2021.1925315
- Minić, N. (2012). Development of dark tourism in the contemporary society. *Зборник Радова Географског Института Јован Цвијић САНУ*, 62(3), 81-103. doi: 10.2298/IJGI1203081M
- Ministry of Culture and Tourism. (2013, March 5). Adapazarı Deprem ve Kültür Müzesi-Sakarya. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/sakarya/gezilecekyer/adapazari-deprem-ve-kultur-muzesi>



- Mionel, V. (2019). Dark tourism and thanatourism: Distinct tourism typologies or simple analytical tools? *Tourism*, 67(4), 423-437.
- Nepal S. (2015) Call for papers: natural disasters and tourism. Annual Meeting of the Association of American Geographers (AAG), San Francisco, CA.
- Niemelä, T. (2010). Motivation factors in dark tourism: Case: House of Terror. Bachelor's Thesis, Lahti University of Applied Sciences, Finland.
- Nishisaka, R., Yazawa, Y., & Furuya, K. (2022). Evaluating the accessibility of networks in earthquake memorial facilities for the Great East Japan Earthquake. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1092(1), 012020. doi:10.1088/1755-1315/1092/1/012020
- Ozcelik, H. (2012). Gelibolu-Waterloo karşılaştırması yoluyla Türkiye'de keder turizmi potansiyeli analizi. MSc Thesis, Akdeniz University, Graduate School of Social Sciences, Antalya.
- Pica, V. (2018). A future museum for a disappeared city? Past and present in damaged historical centres: Identity and ethical issues. In J. Savic (Ed.), *CAMOC Annual Conference Book of Proceedings, The Future of Museums of Cities*, (pp.50-57). Germany: ICOM.
- Poria, Y., Reichel, A., & Biran, A. (2006). Heritage site perceptions and motivations to visit. *Journal of Travel Research*, 44, 318-326. <https://doi.org/10.1177/0047287505279004>
- Powell, R., Kennell, J., & Barton, C. (2018). Dark Cities: A dark tourism index for Europe's tourism cities, based on the analysis of DMO websites. *International Journal of Tourism Cities*, 4(1), 4-21.
- Prastowo, F. A. A., Agustin, H., & Lusiana, E. (2020). Museum Gunung Merapi (Mountain Merapi Museum), a humanitarian tragedy landscape as a destination of disaster tourism. In *PCCS 2019: Proceedings of the 1st Padjadjaran Communication Conference Series, PCCS 2019*, Bandung, West Java, Indonesia (p. 120). European Alliance for Innovation.
- Prayag, G. (2016). It's not all dark!: Christchurch residents' emotions and coping strategies with dark tourism sites. In C.M. Hall, S. Malinen, R. Vosslander & R. Wordsworth (eds.), *Business and post-disaster management* (pp. 155-166). Routledge.
- Prayag, G., Buda, D. M., & Jordan, E. J. (2021). Mortality salience and meaning in life for residents visiting dark tourism sites. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(9), 1508-1528.
- Preece, T., & Price, G. (2002). Motivations of participants in dark tourism: Port Arthur example. In W.G. Croy (ed.), *New Zealand Tourism and Hospitality Research Conference Proceedings*, 13-20. Rotorua, New Zealand: Waiariki Institute of Technology.
- Raine, R. (2013). A dark tourist spectrum. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(3), 242-256. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-05-2012-0037>
- Richie, B. (2008). Tourism disaster planning and management: from response and recovery to reduction and readiness. *Current Issues in Tourism*, 11(4), 315-348. doi:10.2167/cit0389.0
- Robb, E. M. (2009). Violence and recreation: Vacationing in the realm of dark tourism. *Anthropology and Humanism*, 34(1), 51-60. <https://doi.org/10.1111/j.1548-1409.2009.01023.x>
- Rucińska, D. (2016). Natural disaster tourism as a type of dark tourism. *International Journal of Humanities and Social Sciences*, 10(5), 1458-1462. doi.org/10.5281/zenodo.1124107
- Ryan, C., & Hsu, S.-Y. (2011). Why do visitors go to museums? The case of 921 Earthquake Museum, Wufong, Taichung. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(2), 209-228. doi:10.1080/10941665.2011.556342
- Ryan, C., & Kohli, R. (2006). The Buried Village, New Zealand- an example of dark tourism? *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(3), 211-226. <https://doi.org/10.1080/10941660600753240>
- Sarkar, A., Chakraborty, P., & Valeri, M. (2022). People's perception on dark tourism: A quantitative exploration. *Current Issues in Tourism*, 25(13), 2042-2047.
- Sharpley, R., & Wright, D. (2018). Disasters and disaster tourism: The role of the media. In R. Stone, P. Hartmann, R. Seaton, R. Sharpley & L. White (eds.), *The Palgrave handbook of dark tourism studies*, (pp.335-354). UK: Palgrave Macmillan. doi: 10.1057/978-1-137-47566-4\_14
- Shekhar, S., & Valeri, M. (2022). Evolving themes in dark tourism research: A review study. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 70(4), 624-641.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333-339.
- Stone, P. (2006). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre-related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism: An Interdisciplinary International Journal*, 54(2), 145-160.
- Stone, P. (2013). Dark tourism scholarship: A critical review. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(3), 307-318. doi: 10.1108/IJCTHR-06-2013-0039
- Stone, P. R. (2011). Dark tourism and the cadaveric carnival: Mediating life and death narratives at Gunther von Hagens' Body Worlds. *Current Issues in Tourism*, 14(7), 685-701. doi:10.1080/13683500.2011.563839

- Stone, P., & Sharpley, R. (2008). Consuming dark tourism: A thanatological perspective. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 574-595. doi:10.1016/j.annals.2008.02.003
- Sumy, D. F., Jenkins, M. R., McBride, S. K., & de Groot, R. M. (2022). Typology development of earthquake displays in free-choice learning environments, to inform earthquake early warning education in the United States. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 73, 102802. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2022.102802>
- Tang, Y. (2018). Dark tourism to seismic memorial sites. In R. Stone, P. Hartmann, R. Seaton, R. Sharpley & L. White (eds.), *The Palgrave handbook of dark tourism studies*, (pp.423-441). UK: Palgrave Macmillan. doi: 10.1057/978-1-137-47566-4\_18
- Tarlow, P. (2005). Dark tourism: The appealing side 'dark' side of tourism and more. In M. Novelli (ed.), *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases* (pp. 47-57). Oxford: Elsevier.
- Teigen, K.H., & Glad, KA. (2011). "It could have been much worse": From travelers' accounts of two natural disasters. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11(3), 237-249. <https://doi.org/10.1080/15022250.2011.606610>.
- Tierney, K., Lindell, M., & Perry, R. (2001). *Facing the unexpected: disaster preparedness and response in the United States*. Washington, DC: Joseph Henry Press.
- Tobriner, S. (2000). Wooden architecture and earthquakes in Turkey: A reconnaissance report and commentary on the performance of wooden structures in the Turkish earthquakes of 17 August and 12 November 1999. In *International Conference on the Seismic Performance of Traditional Buildings*, (pp.16-18). Istanbul, Turkeyç
- Topham, A. L. (2017). Laying down foundations: Reflecting on disaster management planning in museums in Christchurch after the 2010 and 2011 earthquakes. Master's Thesis, University of Canterbury, UK.
- Topsakal, Y., & Ekici, R. (2014). Dark tourism as a type of special interest tourism: Dark tourism potential of Turkey. *Akademik Turizm ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 325-330.
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14, 207-222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>
- Tucker, H., Shelton, E. J., & Bae, H. (2016). Post-disaster tourism: Towards a tourism of transition. *Tourist Studies*, 17(3), 306-327. <https://doi.org/10.1177/1468797616671617>
- Utkucu, M., Durmuş, H., Uzunca, F., & Nalbant, S. (2023). 6 Şubat 2023 Gaziantep (Mw=7.7) ve Elbistan (Mw=7.5) depremleri üzerine bir değerlendirme. Sakarya Üniversitesi Afet Yönetim Uygulama ve Araştırma Merkezi ve Jeofizik Mühendisliği Bölümü.
- Walby, K., & Piche, J. (2011). The polysemy of punishment memorialization: Dark tourism and Ontario's penal history museums. *Punishment & Society*, 13(4), 451-472. <https://doi.org/10.1177/1462474511414784>
- Wang, S. (2019). Residents' perceptions of community-based disaster tourism: The case of Yingxiu, China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(7), 669-678.
- Wilson, J.Z. (2008). *Prison: cultural memory and dark tourism*. New York: P. Lang.
- Wright, D., & Sharpley, R. (2016). Local community perceptions of disaster tourism: The case of LAquila, Italy. *Current Issues in Tourism*, 21(14), 1569-1585. <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1157141>
- Xu, B. (2018). Commemorating a difficult disaster: Naturalizing and denaturalizing the 2008 Sichuan earthquake in China. *Memory Studies*, 11(4), 483-497. <https://doi.org/10.1177/1750698017693669>
- Yamaç, Z. (2015). Sakarya destinasyonunun imaj algısına yönelik bir araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi*, 3(2), 85-61.
- Yan, B. J., Zhang, J., Zhang, H. L., Lu, S. J., & Guo, Y. R. (2016). Investigating the motivation-experience relationship in a dark tourism space: A case study of the Beichuan earthquake relics, China. *Tourism Management*, 53, 108-121. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.09.014>
- Yang, W. Q., Wang, D. J., & Chen, G. J. (2011). Reconstruction strategies after the Wenchuan earthquake in Sichuan, China. *Tourism Management*, 32(4), 949-956. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.07.007>
- Yazgan, U., Oyguc, R., Erguven, M. E., & Celep, Z. (2016). Seismic performance of buildings during 2011 Van earthquakes and rebuilding efforts. *Earthquake Engineering and Engineering Vibration*, 15, 591-606. doi:10.1007/s11803-016-0346-9
- Yesildag, B. (2010). Savaş alanları turizmi: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı örneği. Master's Thesis, Çanakkale Onsekiz Mart University, Graduate School of Social Sciences, Çanakkale.
- Yoshida, K., Bui, H. T., & Lee, T. J. (2016). Does tourism illuminate the darkness of Hiroshima and Nagasaki? *Journal of Destination Marketing & Management*, 5, 333-340. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.06.003>

Zhang, H., Yang, Y., Zheng, C., & Zhang, J. (2016). Too dark to revisit? The role of past experiences and intrapersonal constraints. *Tourism Management*, 54, 452-464. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.01.002>

Zhang, Y. (2022). Experiencing human identity at dark tourism sites of natural disasters. *Tourism Management*, 89, 104451.

Zhang, Y., Fung, J.F., Johnson, K.J., & Sattar, S. (2022). Review of seismic risk mitigation policies in earthquake-prone countries: Lessons for earthquake resilience in the United States. *Journal of Earthquake Engineering*, 26(12), 6208-6235.

**Notes:**

[1] For recent Kahramanmaras earthquakes, it is estimated that the numbers of mortality will increase as debris removal efforts are still ongoing at the time of writing this article. Search and rescue efforts were finished at the end of February. Missing citizens are not considered in the statistics due to lack of publicly available data from Turkish government authorities.

[2] “One can be benefited with the component of education and entertainment called as ‘edutainment’ as well as ‘dartainment’ describing dark attractions that attempt to entertain” (Kunwar & Karki, 2020, p.165).

**Support:** No aid/support in kind or cash was received from any individual or institution during the preparation of this study.

**Conflict of Interest:** There is no conflict of interest or benefit in the article.

**Ethical Approval:** The author declares that ethical rules were followed during the entire preparation processes of this study. In case of a contradiction, Tourism Academic Journal has no responsibility and all responsibility belongs to the authors.

**Ethics Committee Approval:** This research is among the studies that do not require an ethics committee decision.

**Contribution Rate of Authors:** First Author = 50%, Second Author = 50%







# Turizm Akademik Dergisi

## Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



## Relationships Among Reachability, Relatedness, Competence, and Work-Related Deviant Behavior of Travel Agency Employees Working Remotely: The Role of Work Group Involvement\*

Ali DALGIÇ<sup>a\*\*</sup>, Derya TOKSÖZ KILIÇ<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Isparta University of Applied Sciences, Tourism Faculty, Tourism Guidance Department, Isparta, E-mail: alidalgic@isparta.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5575-4825

<sup>b</sup> Isparta University of Applied Sciences, Tourism Faculty, Tourism Management Department, Isparta, E-mail: deryakilic@isparta.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3170-6076

### Abstract

The aim of this study is to reveal the effect of work characteristics of remote workers in the tourism sector on their work-related deviant behavior. The study reveals how work group involvement mediates the impact of work characteristics on this behavior. Research data were collected from employees working in the marketing, reservation, sales, and operation units of travel agencies. Analysis of 323 valid data found that reachability, relatedness, and competence had significant and negative impacts on work-related deviant behavior. Moreover, work group involvement partially mediated the effect of reachability, relatedness, and competence on work-related deviant behavior. The study indicated that remote workers' reachability, relatedness and competence can reduce their work-related deviant behaviors. Moreover, these work characteristics can further reduce work-related deviant behaviors along with work group involvement

**Keywords:** Reachability, Relatedness, Competence, Work Group Involvement, Work-related Deviant Behavior.

### Seyahat Acentasında Uzaktan Çalışanların Ulaşılabilirlik, İlgililik, Yetkinlik ve İşle İlgili Sapkın Davranışları Arasındaki İlişki: Çalışma Grubu Katılımının Rolü

### Öz

Bu çalışmanın amacı seyahat acentasında uzaktan çalışanların iş özelliklerinin işle ilgili sapkın davranışları üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Diğer bir amaç ise, belirtilen ilişkide çalışma grubu katılımının aracılık etkisini ortaya çıkarmaktır. Araştırmanın verileri seyahat acentalarının pazarlama, rezervasyon, satış ve operasyon birimlerinde çalışanlardan toplanmıştır. 323 geçerli verinin analizi sonucunda, ulaşılabilirliğin, ilgililiğin ve yetkinliğin işle ilgili sapkın davranışlar üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Ayrıca, çalışma grubuna katılım değişkeninin ulaşılabilirliğin, ilgililiğin ve yetkinliğin işle ilgili sapkın davranışlar üzerindeki etkisine kısmen aracılık ettiği görülmüştür. Uzaktan çalışanların ulaşılabilirliğinin, ilgililiğinin ve yetkinliğinin onların işle ilgili sapkın davranışlarını azaltabileceği belirtilebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Ulaşılabilirlik, İlgililik, Yetkinlik, Çalışma Grubu Katılımı, İşle İlgili Sapkın Davranış.

JEL CODE: L83

#### Article History:

Received : September 28,2023

Revision : October 30,2023

Accepted : November 23,2023

Article Type : Research Article

Dalgıç, A., Toksöz Kılıç, D. (2023). İRelationships Among Reachability, Relatedness, Competence, and Work-Related Deviant Behavior of Travel Agency Employees Working Remotely: The Role of Work Group Involvement, Turizm Akademik Dergisi, 10 (2), 339-351.

\* This study was carried out the decision of Isparta University of Applied Sciences Ethics Committee at its meeting dated 30.11.2021 and numbered 76/01.

\*\* Corresponding author e-mail: alidalgic@isparta.edu.tr

## INTRODUCTION

Restructuring and organizational change, along with rapid developments in technology, demand that employees develop their competencies to keep up with changes in the workplace. With the development of technology and the acceleration of globalization, ways of working have changed, thereby creating the need to increase workplace knowledge, skills, and competencies (Paulsson, Ivergård & Hunt, 2005). For example, companies have become more open to working from home, which has become more common due to the Covid-19 pandemic. Today's work environment has made reachability an important issue in that organizations want to maintain contact with co-workers and clients as work time has become more porous. Especially in case of an emergency, workers must be available.

The use of participative work designs has become a popular strategy for increasing productivity, employee flexibility, job satisfaction, and various work characteristics (Scott, Bishop, & Chen, 2003). The research has frequently drawn attention to the numerous benefits of work groups, such as establishing quality workplace relationships and the communicative expertise that employees bring with them when handling group tasks (Karakowsky & McBey, 2001). Researchers agree that relationship and communication are important in a supportive workplace environment that values intimacy with others and social actions (Fotiadis, Abdulrahman, & Spyridou, 2019).

The concept of work-related deviant behavior has received a great deal of attention in the past three decades (Bennet, 2000; Henle, 2005; Fan et al., 2021; O'Neill & Hastings, 2011). It is predominantly conceptualized as destructive behavior (Christian & Ellis, 2014; Pera, 2017; Spector & Fox, 2010). Researchers have examined aspects of work characteristics and a healthy work environment (Ivergård, 2000; Shackel, 2000) while many studies have investigated the direct precursors of workplace deviance. These include "demographic factors", "organizational conditions", and "employee perceptions and characteristics". However, it is believed that these predictors may cause deviation indirectly, through negative attitudes. While numerous studies have tried to determine and clarify the antecedents and consequences of deviant workplace behaviors, few studies have investigated work group involvement and deviance together. Destructive deviant behavior is an important issue for organizations because it is a common problem and imposes very large costs (Bennet & Robinson, 2000). Therefore, it is important to understand and manage this issue.

The aim of this study is to investigate the effects of employees' work characteristics on their behavioral tendencies at work and to uncover the mediating role of workgroup involvement. This study focuses on reachability, relatedness, and competence as important factors for gaining positive outputs. It can be stated that these variables (reachability, relatedness, and competence) are the work characteristics that managers fear mostly when managing remote workers. In addition, these variables appear to be the most important variables that can make it easier for managers to control their remote workforce (Janene-Nelson & Sutherland, 2020). For these reasons, they were determined as the independent variables of the research. It is important to identify the variables that can reduce deviant behavior among employees in the tourism sector, particularly mediator variables. The study adopts a positive starting point: instead of focusing on all the problems and stress factors in today's working life, it focuses on the antecedent variables that are the positive characteristics of the work. The research model includes reachability, relatedness, competence, work group involvement, and work-related deviant behavior. Social Exchange Theory (SET), Self-determination Theory (SDT), and Social Identity Theory (SIT) were used to generate the hypotheses. The findings can fill the gap in the literature and contribute to revealing the characteristics that remote workers should have in the tourism sector in order to reduce deviant workplace behavior.

## THEORETICAL FRAMEWORK AND HYPOTHESES DEVELOPMENT

### Theoretical Framework

The need for qualified employees is increasing in the ever-changing business environment. Therefore, it is important for profitability and competitive advantage that human resources managers take into account the knowledge, skills, and abilities (KSAs) of employees during recruitment. Meanwhile, remote working is being increasingly implemented, especially due to the Covid-19 pandemic, even in the labor-intensive tourism sector. In this sector, employers now seek individuals with multiple skills (Kaushal & Srivastava, 2021; Sigala, 2020) along with reachability, relatedness, and competence.

Regarding remote working, Janene-Nelson & Sutherland (2020), suggest that the greatest concerns about managing remote workers relate to "productivity", "reachability", "team happiness / connection / engagement", "communication", and "managing team productivity/motivation". Of these, this study focuses on reachability, relatedness, and competence as important factors for gaining positive outputs. Reachability

relates to employee communication with colleagues and customers. Reachable employees complete tasks and answer customers' questions quickly (Trieu et al., 2019). Relatedness is the "feeling of being close to others", which is important for employees to feel a sense of belonging to the business and to cooperate with other employees (Ahn, 2020). Competence is the "feeling of being skillful and effective" in relation to employees' knowledge and skills (Ahn, 2020).

Reachable employees are very important in remote working contexts (Trieu et al., 2019), given that individual and organizational performance depends on correct and timely execution of tasks, answering customer questions instantly, and being in constant communication and interaction with colleagues (Buhalis & Law, 2008). Businesses will gain a competitive advantage by recruiting employees who use technological communication channels well (Chen et al., 2022) whereas employees who cannot adapt to technological developments will experience technostress. This situation may impair communication and interaction with colleagues and customers, as well as harming individual and organizational performance (Gonzales & Wu, 2016). Reachable employees will increase the enterprise's social capital by encouraging workgroups and cooperating with employees as they communicate with their colleagues (Trieu et al., 2019). This situation can also be explained through SET (Blau, 1964), which theorizes that mutual communication, cooperation, and good relations with colleagues lead to positive outcomes. Finally, reachability can reduce work-related deviant behavior with employees who are constantly open to communication and willing to respond (Chen et al., 2018).

Relatedness, another important factor in remote working, is also a psychological need (Deci & Ryan, 2000). Relatedness needs are "connected to one's feeling of closeness and connectedness to others" (Reis et al., 2000). In the workplace, relatedness refers to "an employee's sense of belonging to the business and commitment to colleagues" (Hu, Liu & Qu, 2019). Such commitments are an important factor in creating work groups. In terms of SDT, belonging and commitment are needs in that employees want to belong to certain people or a business (Deci & Ryan, 2000). If people working remotely are in a group and feel that they belong to that group, then cooperation can increase, thereby improving individual and organizational performance (Janene-Nelson & Sutherland, 2020), which ultimately increases productivity (Elbaz, Haddoud & Shehawy, 2018), customer satisfaction (Ahn & Back, 2019), and brand attachment (Ahn & Back, 2018). Finally, since the sense of belonging and commitment increases employees' well-being (Ahn, Back & Choe, 2019; Ahn,

Back & Boger, 2019; Hu et al., 2019), there may be a decrease in work-related deviant behavior.

Competence, which has become even more important today, can be defined as having the knowledge and skills to cope with business difficulties (Anvari, Soltani & Rafiee, 2016; Kong, 2013; Osei & Ackah, 2015). Competent employees produce better teamwork, cooperation, and analytical thinking (Spencer & Spencer, 1993). Because of their feelings of competence at their level of job mastery and their belief that they are doing tasks correctly, competent employees tend to perform better (Hu et al., 2019). As already mentioned, in terms of SDT, competence is a psychological need (Deci & Ryan, 2000). Competent individuals tend to participate actively in teamwork and help improve business performance (Elbaz et al., 2018), customer satisfaction (Ahn & Back, 2019), and brand loyalty (Ahn & Back, 2018).

Work group involvement refers to "participation in tasks like information exchange and collaborative decision-making, and how individuals feel respected" (Maznevski, 1994). Mor-Barak and Cherin (1998) define work group involvement as "the perception of inclusion-exclusion with regard to employee interaction or involvement within work teams". Regarding remote workers specifically, it can be challenging to form them into a group to which everyone feels that they belong (Janene-Nelson & Sutherland, 2020). For group leaders, important factors in forming business groups include the employees' having similar characteristics, directing action in line with the same goals and objectives, providing motivation, assigning work that can be done as a group, and developing each member's sense of belonging. Having similar personal characteristics, attitudes, beliefs, and values is particularly important (Brewer & Gardner, 1996; Hobman, Bordia & Gallois, 2004). The power of work groups to increase business efficiency and performance can also be explained in terms of SIT. In line with their need to belong to a group, employees usually work others with similar characteristics and beliefs, and complete tasks correctly and on time (Abrams & Hogg, 1988). Employees' feelings of being a group member can also reduce negative outcomes. Being in a group can enable better service to customers while reducing work-related deviant behaviors (Zhuang et al., 2020).

Violations of important organizational norms and behaviors that affect the well-being of those who are exposed may qualify as deviant behaviors (Robinson & Bennett, 1995). Injustices in business, organizational constraints, or provocation by co-workers and customers can increase deviant behavior (Spector & Fox, 2002). More deviant behavior can also

be expected in poorly managed or stressful workplaces (Bennett & Robinson, 2003). Deviant behavior that includes “harassment”, “violence”, and “sabotage” can cause significant problems for the workplace (Buss, 1993). Deviant behavior undermines morale and can lead to layoffs. In addition, it can cause costs in terms of business due to problems with customers (Robinson et al., 2019). Negative emotions and excessive work demands increase work-related deviant behavior whereas positive emotions can reduce it (Fan et al., 2021).

### Hypotheses Development

#### Reachability, Work Group Involvement, and Work-Related Deviant Behavior

As discussed above, reachability is an important strategic concept for both employees and customers. Especially for individuals working remotely, reachability is an important factor for completing tasks correctly and on time, and ensuring customer satisfaction (Trieu et al., 2019). As a result of technological developments, new communication channels have emerged that employees need to use actively. Reachability includes constant communication of employees with colleagues and customers, easy access to individuals working remotely, and the ability to respond accurately and immediately to business employees and customers when requested (Kuru & Pasek, 2016). Conversely, the inability to use technology effectively for remote work leads to technostress, which can damage both individuals and organizations (Gonzales & Wu, 2016). Reachability increases interaction between coworkers and customers and strengthens organizational social capital (Trieu et al., 2019). According to SET, an increase in social interaction among employees strengthens group formation (Blau, 1964) while improving interaction with customers. Based on the relevant literature and SET, the following two hypotheses can be proposed:

H<sub>1</sub>: Reachability is positively related to employees' work group involvement.

H<sub>2</sub>: Reachability is negatively related to employees' work-related deviant behavior.

#### Relatedness, Work Group Involvement, and Work-Related Deviant Behavior

Relationship needs, or relatedness, refer to “an individual's natural desire to feel connected to others, experience a sense of belonging, and share close relationships with others” (Baumeister & Leary, 1995). Thus, relationship needs can be satisfied when individuals feel connected to other people and experience a sense of belonging (Alderfer, 1972; Van

Orden et al., 2012). Employees with a strong sense of belonging have better relations with their colleagues and other people. In businesses, relatedness is desirable because it can improve individual and organizational performance through encouraging work group formation and reducing work-related deviant behaviors. SDT defines relatedness as a psychological need (Deci & Ryan, 2000). The attitudes and behaviors of employees tend to improve in line with their sense of belonging and commitment, which in turn increases the efficiency and performance of the business (Elbaz et al., 2018), customer repurchases (Ahn & Back, 2019), customer loyalty (Ahn, 2020), and employee well-being (Ahn et al., 2019b; Ahn et al., 2019a; Hu et al., 2019). Based on the related literature and SDT, the following hypotheses can be proposed:

H<sub>3</sub>: Relatedness is positively related to employees' work group involvement.

H<sub>4</sub>: Relatedness is negatively related to employees' work-related deviant behavior.

#### Competence, Work Group Involvement, and Work-Related Deviant Behavior

Employee KSAs are closely related to their performance (Potnuru & Sahoo, 2016). Competence refers to “the knowledge and skills required to perform a specific task effectively” (Osei & Ackah, 2015). According to Spencer and Spencer (1993), competence, in terms of knowledge, skills, motivation, traits, and self-concept, is important for improving individual and group performance. Competent employees can perform effectively in dealing with business challenges and producing creative and innovative work outputs (Kong, 2013). Competent employees know what to do in their roles and have the necessary knowledge and skills to run the business (Anvari et al., 2016). In addition, they can contribute significantly to organizational performance through teamwork, cooperation, and analytical thinking (Spencer & Spencer, 1993). Competent employees enable the enterprise to become more efficient and achieve its goals more easily (Osei & Ackah, 2015). According to SDT (Deci & Ryan, 2000), employees who see themselves as competent can be successful in group work and produce positive work outputs. Competent employees increase the enterprise's efficiency and performance (Elbaz et al., 2018), customer repurchases (Ahn & Back, 2019), customer loyalty (Ahn, 2020), and employee well-being (Ahn et al., 2019b; Ahn et al., 2019a; Hu et al., 2019). Based on the relevant literature and SDT, the following hypotheses can be proposed:

H<sub>5</sub>: Competence is positively related to employees' work group involvement.



H<sub>6</sub>: Competence is negatively related to employees' work-related deviant behavior.

### Work Group Involvement as a Mediator

Work groups are shaped by the employees, particularly their personal characteristics, attitudes, beliefs, and values (Hobman et al., 2004). The potential advantages of groups are establishing quality relationships in the workplace and the communicative expertise that employees apply to performing tasks (Karakowsky & McBey, 2001). Factors like reachability, relatedness, and competence can lead to positive individual and organizational outcomes while reducing work-related deviant behavior. In addition, work group involvement can also mediate the reduction in work-related deviant behavior due to these three factors, particularly through increased information exchange between employees, participation in decision-making processes, and cooperation. According to SIT, work-related deviant behavior will decrease if employees belong to a social category or group (Abrams & Hogg, 1988). A social group is a group of individuals with a common social identity or a sense of being members of the same social category. Based on the relevant literature and SIT, the following hypotheses can be proposed:

H<sub>7</sub>: Work group involvement mediates the relationship between reachability and work-related deviant behavior.

H<sub>8</sub>: Work group involvement mediates the relationship between relatedness and work-related deviant behavior.

H<sub>9</sub>: Work group involvement mediates the relationship between competence and work-related deviant behavior.

## METHOD

### Sample and data

The increasing use of remote working, which became essential during the Covid-19 pandemic, has also affected the labor-intensive tourism sector. The population for this study was travel agency employees who have worked remotely for a certain period in travel agencies operating in Antalya, Turkey. Antalya has 1,693 travel agencies (KTB, 2020), which suggests that there may be 25,395 employees, assuming that each agency has an average of 15 employees (TG, 2020). Accordingly, convenience sampling was used to collect data from at least 378 employees based on the sample table created by Sekaran (1992). The data were collected between January, 2022 and May, 2022, via drop-collect and e-mail. Out of 450 questionnaires distributed, 384 were returned, giving a return rate of approximately 85%. However, 14 questionnaires were excluded because they were filled incompletely while 47 more were excluded following the normal distribution analysis (*This study was carried out "the decision of Isparta University of Applied Sciences Ethics Committee at its meeting dated 30.11.2021 and numbered 76/01."*).

### Measures

The first part of the questionnaire contained the scales for measuring the study variables. Reachability was measured with the five-item scale developed by Trieu et al. (2019). The reliability value of the original reachability scale was 0.81. Relatedness was measured using the six-item scale developed by Hu et al. (2009). Its reliability value was 0.82. Competence was measured using a six-item scale based on research conducted by Hu et al. (2009). The reliability value of the original scale was 0.85. Work group involvement was measured

**Table 1.** Demographic profile of the sample (n=323)

<b>Gender</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>Department</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Female	114	35.3	Marketing	97	30.0
Male	209	64.7	Reservation	84	26.0
<b>Education</b>			Sales	81	25.1
High school	42	13.0	Operation	61	18.9
College	53	16.4	<b>Period working in the same</b>		
University	214	66.3	<b>agency</b>		
Postgraduate	14	4.3	3 years and below	124	38.4
<b>Age</b>			More than 3 years	199	61.6
25 and below	48	14.9	<b>Total work life</b>		
26-35	156	48.3	6 years and below	133	41.2
36-45	57	17.6	More than 6 years	190	58.8
46 and above	62	19.2			

using a six-item scale based on Mor-Barak and Cherin (1998). They reported a reliability value of 0.84. Work-related deviant behavior was measured using the six-item scale from Fan et al. (2021). The reliability value of the original scale was 0.95. Participants responded to all scales using a five-point Likert-type scale ranging from 1 (Strongly Disagree) to 5 (Strongly Agree). Two bilingual experts translated the scales into Turkish to ensure accurate translation. The reliability values for the translated scales using alpha coefficients ranged from 0.84 to 0.93, thereby indicating internal consistency (Nunnally, 1978).

marketing (30%), reservations (26%), sales (25.1%), and operations (18.9%). A majority of participants (61.6%) had worked in the same agency for more than three years while over half (58.8%) had been in the tourism sector for more than six years.

### Data Analysis, Reliability and Validity

SPSS and Lisrel programs were used for data analysis. SPSS was used to present the demographic characteristics and other information about the participants, and to conduct the exploratory factor

**Table 2.** Correlations and descriptive statistics

Variables	Reachability	Relatedness	Competence	Work Group Involvement	Work-Related Deviant Behavior
Reachability	1				
Relatedness	.434**	1			
Competence	.435**	.590**	1		
Work Group Involvement	.470**	.628**	.620**	1	
Work-Related Deviant Behavior	-.521**	-.491**	-.468**	-.517**	1
Mean	4.223	4.267	4.295	4.159	1.736
Std. Dev.	0.636	0.593	0.656	0.574	0.619
Cronbach's Alpha	0.88	0.85	0.93	0.90	0.87

\*\* p < 0.01

The second part of the questionnaire contained demographic information about gender, education level, age, work department, and length of sector experience (see Table 1). A majority of the respondents were male (64.7%) and university graduates (66.3%) while about half were aged 26-35 years (48.3%). The work departments were distributed as follows:

analyses of the scales. Lisrel was used for the confirmatory factor analysis, discriminant validity tests, hypotheses testing (Anderson & Gerbing, 1988), and the mediation test, based on the steps specified by Baron and Kenny (1986).

Table 2 presents the correlations between the variables, and their descriptive statistic and Cronbach's

**Table 3.** Discriminant validity

Variables	Reachability	Relatedness	Competence	Work Group Involvement	Work-Related Deviant Behavior
Reachability	(0.66)				
Relatedness	0.25**	(0.66)			
Competence	0.23**	0.42**	(0.70)		
Work Group Involvement	0.28**	0.50**	0.45**	(0.64)	
Work-Related Deviant Behavior	0.36**	0.32**	0.25**	0.34**	(0.57)

\*\* = p < 0.01

Alpha. There were significant positive relationships between reachability, relatedness, competence, and work group involvement, and significant negative relationships between work-related deviant behavior and the other variables.

Next, discriminant validity was evaluated to test that the variables differed from each other (see Table 3). The bracketed values show the AVE values while the unbracketed values show the square of the relationship value between the variables. The analysis indicated acceptable discriminant validity because the values in brackets are larger than the other values (Sekaran & Bougie, 2013).

## RESULTS

Before the confirmatory factor analysis, exploratory factor analysis was performed. The analysis indicated that the factor loadings of two items, one in the work group involvement scale and the other in the work-related deviant behavior scales, were below 0.50. Accordingly, these were excluded from further analysis (see Table 4). The confirmatory factor analysis indicated that the standardized values of the responses were greater than 0.50 and the *t*-values were greater than 1.96 (Fornell & Larcker, 1981; Jöreskog & Sörbom, 1993). The AVE values were greater than 0.50 while the CR values were greater than 0.70 (Fornell & Larcker, 1981; Hair et al., 2010). The goodness-of-fit indices were then examined to determine if the model was acceptable. The measurement model was accepted as the goodness-of-fit indexes surpassed the reference values (see Table 4).

Table 5 presents the direct effect results between variables. Since reachability increased work group involvement ( $\beta = 0.53$ ;  $p < 0.01$ ) while reducing work-related deviant behavior ( $\beta = -0.60$ ;  $p < 0.01$ ), both  $H_1$  and  $H_2$  were supported. Similarly, since relatedness increased work group involvement ( $\beta = 0.71$ ;  $p < 0.01$ ) while reducing work-related deviant behavior ( $\beta = -0.57$ ;  $p < 0.01$ ),  $H_3$  and  $H_4$  were supported. Finally,  $H_5$  and  $H_6$  were supported because competence increased work group involvement ( $\beta = 0.67$ ;  $p < 0.01$ ) while reducing work-related deviant behavior ( $\beta = -0.51$ ;  $p < 0.01$ ).

Before considering the mediating role of work group involvement, the three requirements suggested by Baron and Kenny (1986) were checked, specifically the significance of the relationships between the dependent variables and the independent variable; between the dependent variables and the mediating variable; and between the mediator variable and the dependent variable. All three requirements were met. More specifically, in the case of travel agency employees working remotely, work group involvement partially mediated the effect of reachability on work-related deviant behavior ( $|0.16 * -0.20| < |-0.36|$ ), partially mediated the effect of relatedness on work-related deviant behavior ( $|0.42 * -0.20| < |-0.19|$ ), and partially mediated the effect of competence on work-related deviant behavior ( $|0.32 * -0.20| < |-0.08|$ ). Regarding the indirect effects, reachability indirectly influenced work-related deviant behavior through work group involvement ( $\beta = -0.14$   $p < 0.01$ ) because the lower and upper levels of the 95% confidence interval did not include zero (LLCI = -0.214 and ULCI = -0.069). Besides, relatedness indirectly influenced work-related deviant behavior through work group involvement ( $\beta = -0.25$   $p < 0.01$ ) because the lower and upper levels of the 95% confidence interval did not include zero (LLCI = -0.329 and ULCI = -0.170). Finally, competence indirectly influenced work-related deviant behavior through work group involvement ( $\beta = -0.27$   $p < 0.01$ ) because the lower and upper levels of the 95% confidence interval did not include zero (LLCI = -0.368 and ULCI = -0.185). Thus,  $H_7$ ,  $H_8$ , and  $H_9$  were all partially supported (see Figure 1).

**Table 4.** Confirmatory factor analysis results

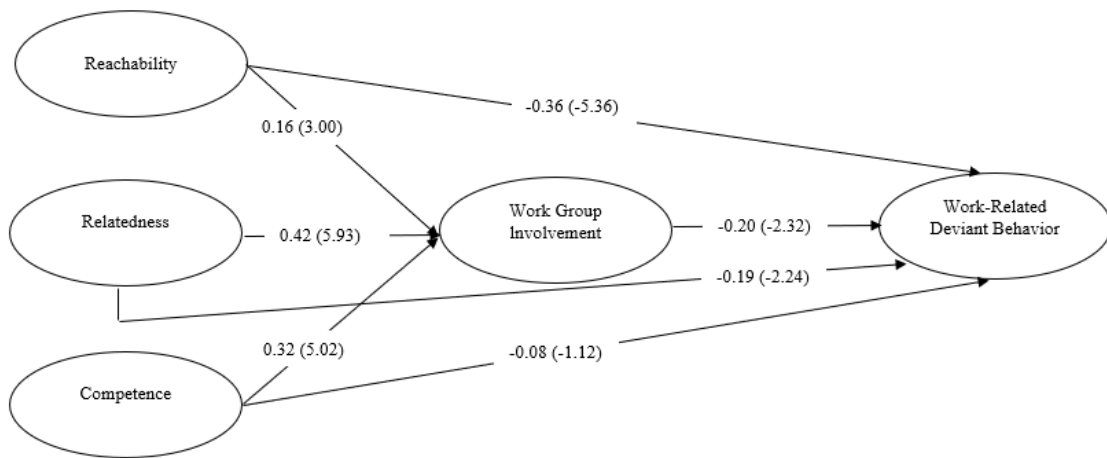
Scale Items	Loadings	Error Margins	T-values	AVE	CR	
<b>Reachability</b>				0.66	0.88	
“I am always ready to communicate with others.”	0.83	0.31	17.57			
“Others can reach me easily.”	0.81	0.34	17.02			
“I can respond immediately to other people.”	0.78	0.40	15.94			
“It won’t take long for me to reply to other people.”	0.82	0.33	17.25			
<b>Relatedness</b>				0.66	0.85	
“I don’t really feel connected with others in my job.” (R)	0.86	0.26	18.24			
“I don’t really mix with other people in my job.” (R)	0.83	0.31	17.35			
“I often feel alone when I am with my colleagues.” (R)	0.75	0.44	15.06			
<b>Competence</b>				0.70	0.93	
“I don’t really feel competent in my job.” (R)	0.84	0.30	18.36			
“I doubt whether I can execute my job properly.” (R)	0.81	0.34	17.42			
“I really master my tasks at my job.”	0.79	0.37	16.77			
“I feel competent at my job.”	0.88	0.23	19.75			
“I am good at the things I do in my job.”	0.85	0.28	18.64			
“I feel I can accomplish the most difficult tasks at work.”	0.86	0.27	18.94			
<b>Work Group Involvement</b>				0.64	0.90	
“I feel part of informal discussions in work group.”	-	-	-			
“I feel isolated from the work group.” (R)	0.77	0.41	15.89			
“Work group members don’t share information with me.” (R)	0.75	0.44	15.23			
“People in the work group listen to what I say.”	0.81	0.35	17.02			
“My judgment is respected by members of the work group.”	0.83	0.31	17.76			
“Work group members make me feel part of decisions.”	0.83	0.32	17.66			
<b>Work-Related Deviant Behavior</b>				0.57	0.87	
“I put little effort into my work.”	0.72	0.48	14.22			
“I take an additional or longer break than is acceptable at workplace.”	0.70	0.51	13.77			
“I spend too much time fantasizing or daydreaming instead of working.”	-	-	-			
“I intentionally work slower than I could have worked.”	0.79	0.37	16.33			
“I come in late to work without permission.”	0.80	0.37	16.38			
“I neglect to follow my boss’s instructions.”	0.75	0.44	14.96			
Model	Chi-Square /df	RMSEA	CFI	GFI	NFI	AGFI
Measurement model	2.98	0.078	0.97	0.91	0.96	0.85
Recommended value	<5	<0.08	≥0.95	≥0.90	≥0.90	≥0.80
Source	Wheaton (1987)	Hair et al. (2010)	Hair et al. (2010)	Kline (1998)	Hair et al. (2010)	Zikmund (2003)

Note: (R) = reversed scored



**Table 5.** Path estimates of the structural model

	Standardized path coefficients	T-values
Reachability → Relatedness	0.50	10.11**
Reachability → Competence	0.48	9.77**
Reachability → Work Group Involvement	0.53	11.22**
Reachability → Work-Related Deviant Behavior	-0.60	-13.64**
Relatedness → Competence	0.65	16.61**
Relatedness → Work Group Involvement	0.71	19.72**
Relatedness → Work-Related Deviant Behavior	-0.57	-12.16**
Competence → Work Group Involvement	0.67	18.74**
Competence → Work-Related Deviant Behavior	-0.51	-10.84**
Work Group Involvement → Work-Related Deviant Behavior	-0.58	-13.14**



**Figure 1.** Results of the hypothesized model

**CONCLUSION**

Drawing on SET, SDT and SIT, a model was created in this study that included variables that can reduce the work-related deviant behavior of tourism employees who work remotely. Work group involvement was included in the model as an intermediary variable to reflect the difficulty that remote workers have to be together. The analysis of the research model indicated that remote workers’ reachability, relatedness and competence can reduce their work-related deviant behaviors. Moreover, these work characteristics can further reduce work-related deviant behaviors along with work group involvement.

**Theoretical Implications**

Employee KSAs directly affect all the operational activities of a business (Elbaz et al., 2018). Managing employees is a difficult task in which it is important to provide control, especially in remote work, so that

is performed correctly and on time to create customer satisfaction, business profitability, and competitive advantage (Janene-Nelson & Sutherland, 2020). Work-related deviant behaviors can cause negative experiences for both employees and customers within the business. It is important for remote workers to be accessible, both for management and customers, to solve urgent or sudden problems (Hadidi & Power, 2020). If remote workers are willing to smoothly execute operational activities while communicating and interacting in relation to their role, then positive outcomes are more likely through reducing work-related deviant behaviors (Chen et al., 2018). Another important feature for remote workers is relatedness. Work is more likely to be efficient and effective if employees’ have a sense of belonging to the business, (Abrams & Hogg, 1988). Employees who feel committed will make more effort for the business (Elbaz et al., 2018) and will be willing to sell services and engage in post-sales communication (Ahn & Back, 2019). Committed employees will also be more likely to fulfill their managers’ directives, support

and cooperate with their colleagues, and fulfill their roles and responsibilities (Ahn, 2020).

Regarding the competence of employees, businesses can perform their work better with knowledgeable and skilled personnel (Spencer & Spencer, 1993). In particular, businesses should now seek the ability to work remotely because employees with the competence to work remotely communicate better with customers and are easier to direct and control for managers (Elbaz et al., 2018; Osei & Ackah, 2015). Especially during the Covid-19 pandemic, the importance of employees with versatile business skills was understood as employees with multiple skills were able to carry out their responsibilities efficiently while remote working (Kaushal & Srivastava, 2021; Sigala, 2020). The present study has demonstrated the importance of employees' possessing reachability, relatedness, and competence to prevent or at least reduce work-related deviant behaviors. Creating remote workers into a team is a challenging process. However, employees who are accessible, have a sense of belonging, and are competent may be more likely to perform their work as a group (Karakowsky & McBey, 2001). Working groups may also reduce deviant behavior towards colleagues and customers. Indeed, since there is a need to belong to a group, positive outcomes can increase when people with similar values, beliefs, and characteristics are brought together (Abrams & Hogg, 1988; Hobman et al., 2004). It is possible that work characteristics reduce work-related deviant behavior. However, employees' feelings and perceptions of themselves as members of a group are also factors in minimizing deviant behavior (Zhuang et al., 2020).

### Practical Implications

The necessity of businesses to have employees with versatile skills became deeply understood during the Covid-19 pandemic (Kaushal & Srivastava, 2021; Sigala, 2020). The prevalence of remote work suggests that the pandemic will continue long after the global health crisis. In this context, increasing the positive aspects of remote working can create significant advantages for both the employee and the organization (Camp, et al., 2022). Since remote working may continue in future, it is important to reveal the characteristics that remote workers need to have. According to Janene-Nelson and Sutherland (2020), among the most difficult issues in managing remote workers are "productivity", "reachability", "team happiness / connection / engagement", "communication", and "managing team productivity / motivation". Given the findings in the present study from the analysis of the model, various suggestions made for human resources managers, business managers, and employees. Human resources managers need to identify during

recruitment individuals with versatile skills, measure their competencies, and prefer employees who have experience in remote working (Ngoc Su, 2021). By seeking to understand the nature of the reachability, relatedness, competence of these experiences, we have sought to gain a greater understanding of what the unique issues and needs of remote workers are and how to better support them in the future based on their individual roles and needs (Henke, et al., 2022). In addition, training should be provided to improve the knowledge and skills of new personnel and current personnel after recruitment. Efforts should be made to increase cooperation by holding activities and meetings, especially to bring existing and new employees together, and ensure adaptation in terms of being a team. Managers need to develop themselves more in terms of using communication channels and providing remote control of employees. It will be important to work with secret customers, especially during auditing. In addition, due to the difficulty of ensuring coordination in remote working, the organization of intermittent online meetings and discussing work-related situations can solve the problems that may arise and reduce work-related deviant behaviors. Finally, employees should improve their teleworking skills and strengthen their communication skills through personal development and professional support. As the tourism businesses environment changes rapidly, it is critical to securing organizational sustainability for managers. So, tourism managers can provide training to its employees to improve their skills and abilities.

### Limitations and Future Research

In this study, different contact methods were used for data collection, which started during the Covid-19 pandemic. Data were initially collected face to face before continuing using drop-collect and online platforms. In addition, data were collected by convenience sampling during the pandemic. When the exact number of employees could not be determined in the context of the sample, the average number was taken as a reference from news site sources to determine the sample size. This determined sample size was almost achieved. Future studies could use quota sampling instead. Future studies could also generalize the results of this study, which only involved employees of travel companies operating in Antalya, Turkey. Few studies have investigated remote workers in the tourism sector, so future research could identify the features that remote workers should have, the factors that enable effective control and motivation of remote workers, and different communication channels. Finally, research is needed into which human resources practices should be emphasized in terms of recruitment, training, and the personal knowledge, and skills of remote workers.

## REFERENCES

- Abrams, D., & Hogg, M. A. (1988). Comments on the motivational status of self-esteem in social identity and intergroup discrimination. *European Journal of Social Psychology*, 18(4), 317-334.
- Ahn, J. & Back, K.J. (2018). Integrated resort: a review of research and directions for future study. *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 69, pp. 94-101.
- Ahn, J. (2020). Understanding the role of perceived satisfaction with autonomy, competence, and relatedness in the CSR context. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(12), 2027-2043.
- Ahn, J., & Back, K. J. (2019). The role of autonomy, competence and relatedness: Applying self-determination theory to the integrated resort setting. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(1), 87-104.
- Ahn, J., Back, K. J., & Boger, C. (2019a). Effects of integrated resort experience on customers' hedonic and eudaimonic well-being. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(8), 1225-1255.
- Ahn, J., Back, K. J., & Choe, Y. (2019b). Customers' needs satisfaction: A scale validation with refinement in the integrated resort setting. *International Journal of Hospitality Management*, 82, 39-47.
- Alderfer, C. P. (1972). *Existence, relatedness, and growth: Human needs in organizational settings*. Free Press.
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411.
- Anvari, A. F., Soltani, I., & Rafiee, M. (2016). Providing the applicable model of performance management with competencies oriented. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 230, 190-197.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173.
- Baumeister, R.F., & Leary, M.R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117, 497-529.
- Bennett, R. J., & Robinson, S. L. (2000). Development of a measure of workplace deviance. *Journal of Applied Psychology*, 85(3), 349
- Bennett, R. J., & Robinson, S. L. (2003). The past, present, and future of workplace deviance research. In J. Greenberg (Ed.), *Organizational behavior: The state of the science* (pp. 247-281). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Blau, P. (1964). *Exchange and power in social life*. New York: Wiley.
- Brewer, M. B., & Gardner, W. (1996). Who is this "We"? Levels of collective identity and self representations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(1), 83.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- Buss, D. (1993). Ways to curtail employee theft. *Nation's Business*, pp. 36, 38.
- Camp, K. M., Young, M., & Bushardt, S. C. (2022). A millennial manager skills model for the new remote work environment. *Management Research Review*, 45(5), 635-648.
- Chen, C. T., Hu, H. H. & King, B. (2018). Shaping the organizational citizenship behavior or workplace deviance: Key determining factors in the hospitality workforce. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 35, 1-8.
- Chen, Y., Wang, X., Benitez, J., Luo, X., & Li, D. (2022). Does Techno-invasion Lead to Employees' Deviant Behaviors?. *Journal of Management Information Systems*, 39(2), 454-482.
- Christian, J. S., & Ellis, A. P. (2014). The crucial role of turnover intentions in transforming moral disengagement into deviant behavior at work. *Journal of Business Ethics*, 119(2), 193-208.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268.
- Elbaz, A. M., Haddoud, M. Y., & Shehawy, Y. M. (2018). Nepotism, employees' competencies and firm performance in the tourism sector: A dual multivariate and Qualitative Comparative Analysis approach. *Tourism Management*, 67, 3-16.
- Fan, J., Zhang, M., Wei, X., Gursoy, D., & Zhang, X. (2021). The bright side of work-related deviant behavior for hotel employees themselves: Impacts on recovery level and work engagement. *Tourism Management*, 87, 104375.
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 39-50.
- Fotiadis, A., Abdulrahman, K., & Spyridou, A. (2019). The mediating roles of psychological autonomy, competence and relatedness on work-life balance and well-being. *Frontiers in Psychology*, 10, 1267.

- Gonzales, A. L., & Wu, Y. (2016). Public cellphone use does not activate negative responses in others... Unless they hate cellphones. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 21(5), 384-398.
- Hadidi, R., & Power, D. (2020). Technology adoption and disruption – Organizational implications for the future of work. *Journal of the Midwest Association for Information Systems*, 1, 1.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis a global perspective*. New Jersey: Pearson.
- Henke, J. B., Jones, S. K., & O'Neill, T. A. (2022). Skills and abilities to thrive in remote work: What have we learned. *Frontiers in Psychology*, 13, 893895.
- Henle, C. A. (2005). Predicting workplace deviance from the interaction between organizational justice and personality. *Journal of Managerial Issues*, 17 (2), 247-263.
- Hobman, E. V., Bordia, P., & Gallois, C. (2004). Perceived dissimilarity and work group involvement: The moderating effects of group openness to diversity. *Group & Organization Management*, 29(5), 560-587.
- Hogg, M., A. & Abrams, D., (1988). *Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes*. London: Routledge.
- Hu, B., Liu, J., & Qu, H. (2019). The employee-focused outcomes of CSR participation: The mediating role of psychological needs satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 41, 129-137.
- Ivergård, T. (2000). An ergonomics approach for work in the next millennium in an IT world. *Behaviour & Information Technology*, 19(2), 139-148
- Janene-Nelson, K., & Sutherland, L. (2020). *Work together anywhere: A handbook on working remotely-successfully-for individuals, teams, and managers*. John Wiley & Sons.
- Jöreskog, K. G., & Sörbom, D. (1993). *LISREL 8: Structural equation modeling with the SIMPLIS command language*. Scientific software international.
- Karakowsky, L., & McBey, K. (2001). Do my contributions matter? The influence of imputed expertise on member involvement and self-evaluations in the work group. *Group & Organization Management*, 26(1), 70-92.
- Kaushal, V., & Srivastava, S. (2021). Hospitality and tourism industry amid COVID-19 pandemic: Perspectives on challenges and learnings from India. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102707.
- Kline, R. B. (1998). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York, NY: The Guilford Press.
- Kong, H. (2013). Relationships among work-family supportive supervisors, career competencies, and job involvement. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 304-309.
- KTB (2020). Number of travel agencies by year. [<https://yigm.ktb.gov.tr/TR-243988/yillaragore-seyahat-acentasi-sayilari.html>]. Access Date: 07 May 2021.
- Kuru, O., & Pasek, J. (2016). Improving social media measurement in surveys: Avoiding acquiescence bias in Facebook research. *Computers in Human Behavior*, 57, 82-92.
- Maznevski, M. L. (1994). Understanding our differences: performance in decision-making groups with diverse members. *Human Relations*, 47(5), 531-552.
- Mor-Barak, M. E., & Cherin, D. A. (1998). A tool to expand organizational understanding of workforce diversity: Exploring a measure of inclusion-exclusion. *Administration in Social Work*, 22(1), 47-64.
- Ngoc Su, D., Luc Tra, D., Thi Huynh, H. M., Nguyen, H. H. T., & O'Mahony, B. (2021). Enhancing resilience in the Covid-19 crisis: lessons from human resource management practices in Vietnam. *Current Issues in Tourism*, 24(22), 3189-3205.
- Nunnally, J. C. (1978). An overview of psychological measurement. *Clinical Diagnosis of Mental Disorders*, 97-146.
- O'Neill, T. A., & Hastings, S. E. (2011). Explaining workplace deviance behavior with more than just the "Big Five". *Personality and Individual Differences*, 50(2), 268-273.
- Osei, A. J., & Ackah, O. (2015). Employee's competency and organizational performance in the pharmaceutical industry. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3(3), 1-9.
- Paulsson, K., Ivergård, T., & Hunt, B. (2005). Learning at work: competence development or competence-stress. *Applied Ergonomics*, 36(2), 135-144.
- Potnuru, R. K. G., & Sahoo, C. K. (2016). HRD interventions, employee competencies and organizational effectiveness: an empirical study. *European Journal of Training and Development*, 40(5), 345-365.
- Reis, H. T., Sheldon, K. M., Gable, S. L., Roscoe, J., & Ryan, R. M. (2000). Daily well-being: The role of autonomy, competence, and relatedness. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 419-435.
- Robinson, S. L., & Bennett, R. J. (1995). A typology of deviant workplace behaviors: A multidimensional scaling study. *Academy of Management Journal*, 38(2), 555-572.



Scott, D., Bishop, J. W., & Chen, X. (2003). An examination of the relationship of employee involvement with job satisfaction, employee cooperation, and intention to quit in US invested enterprise in China. *The International Journal of Organizational Analysis*, 11(1), 3-19.

Sekaran, U. (1992). *Research methods for business: A skill building approach*. New York: John Wiley and Sons.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research methods for business: A skill-building approach (Six Edition)*. New York: John Wiley & Sons Inc.

Shackel, B. (2000). People and computers—some recent highlights. *Applied Ergonomics*, 31(6), 595-608.

Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312-321.

Spector, P. E., & Fox, S. (2002). An emotion-centered model of voluntary work behavior: Some parallels between counterproductive work behavior and organizational citizenship behavior. *Human Resource Management Review*, 12(2), 269-292.

Spector, P. E., & Fox, S. (2010). Counterproductive work behavior and organisational citizenship behavior: Are they opposite forms of active behavior?. *Applied Psychology*, 59(1), 21-39.

Spencer, L.M. & Spencer, S. (1993). *Competence at work: Models for superior performance*. Wiley, New York, NY.

TG (2020). The damage assessment survey in tourism has been concluded. [<https://www.turizmgunlugu.com/2020/04/17/turizmde-hasar-tespiti-anketisonuclandi/>]. Access Date: 01 April 2020.

Trieu, P., Bayer, J. B., Ellison, N. B., Schoenebeck, S., & Falk, E. (2019). Who likes to be reachable? Availability preferences, weak ties, and bridging social capital. *Information, Communication & Society*, 22(8), 1096-1111.

Van Orden, K. A., Cukrowicz, K. C., Witte, T. K., & Joiner Jr, T. E. (2012). Thwarted belongingness and perceived burdensomeness: construct validity and psychometric properties of the Interpersonal Needs Questionnaire. *Psychological Assessment*, 24(1), 197.

Wheaton, B. (1987). Assessment of fit in over identified models with latent variables. *Sociological Methods and Research*, 16(1), 118-154.

Zhuang, W. L., Chen, K. Y., Chang, C. L., Guan, X. H., & Huan, T. C. (2020). Effect of hotel employees' workplace friendship on workplace deviance behaviour: Moderating role of organisational identification. *International Journal of Hospitality Management*, 88, 102531.

Zikmund, W. G. (2003). *Business research methods (7th ed.)*. Mason, OH: Thomson/South-Western.

**Support Information:** Throughout the preparation of this study, no in-kind or financial assistance has been received from any individual or institution.

**Conflict of Interest:** There is no conflict of interest or gain in the article.

**Ethical Approval:** The authors declare that ethical rules were adhered to throughout the entire preparation process of this study. In the event of any contrary situation, "Turizm Akademik Dergisi" assumes no responsibility, and all responsibility rests with the authors of the article.

**Informed Consent Form:** All parties have voluntarily participated in the study with their consent.

**Ethics Committee Approval:** This study was carried out the decision of Isparta University of Applied Sciences Ethics Committee at its meeting dated 30.11.2021 and numbered 76/01.

**Contribution Rate of Researchers:** 1st author contribution rate: 50%, and 2nd author contribution rate: 50%.





# Turizm Akademik Dergisi

## Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



### Yazım Kuralları

1. Turizm Akademik Dergisi, hakemli bir dergi olup 6 ayda bir yayınlanmaktadır.
2. Turizm Akademik Dergisi'ne gönderilen çalışmaların daha önce hiçbir yerde yayımlanmaması veya yayınlanmak üzere sunulmamış olması gerekmektedir.
3. Turizm Akademik Dergisi'ne gönderilen çalışmalar, öncelikle şekil ve içerik yönünden dergi editörlüğü tarafından ön incelemeye tabi tutulmakta uygun bulunması durumunda daha sonra hakemlere gönderilmektedir.
4. Turizm akademik dergisine makale ile birlikte, araştırma notu, makale/kitap incelemesi, makale /kitap eleştirisi ve akademik görüş (akademik görüş yalnızca editör onayı ve/veya davetiyle) gibi çalışmalar gönderilebilir.
5. Dergiye sunulacak çalışmaların, makale gönder bölümünde sorun çıkması halinde Editör/Editör Yardımcıları ile iletişime geçiniz.
6. Dipnotlar, grafikler ve tablolar olabildiğince atf yapılan sayfada veya hemen devamında yer almalıdır. Grafik ve tabloların altındaki notlar, bu materyalleri ana metne bakmaksızın anlaşılabilir hale getirme amacını taşımaktadır.
7. Tablo ve Şekillerin sayısı en fazla altı olmalıdır. Tabloların numarası ve ismi üstte şekillerin numarası ve ismi ise altta olmalıdır. Dergiye gönderilecek çalışmalar Microsoft Word programında yazılmalıdır. Çalışmalarda; yazı tipi Times New Roman, yazı boyutu 12 punto, sayfa kenar boşlukları ise üstten 3cm, alttan 3cm, sağdan 3cm ve soldan 3cm olmalıdır. Paragraf başı 1cm içeriden yapılmalıdır. Paragraflar arasında üstten ve alttan 6nk boşluk bırakılmalıdır. Tablo, grafik ve şekillerin adları üstte ve ortada, bunların kaynakları ise sol altta Times New Roman karakteri ile 9 punto olarak verilmelidir. Tablo grafik ve şekiller Times New Roman karakteri ile 11 punto, numaralandırılması sırasıyla "1, 2, 3,.."
- şeklinde verilmelidir. Çalışmada birinci derece başlıklar büyük harfler ile koyu (GİRİŞ, KAVRAMSAL ÇERÇEVE), ikinci derece alt başlıklar kelimelerin ilk harfleri büyük ve koyu, üçüncü derece alt başlıklar sadece ilk harf büyük ve koyu şekilde yazılmalıdır.
8. Dergiye sunulan makaleler ya da diğer çalışmaların, Türkçe veya İngilizce dillerinde hazırlanmış olması gerekir. Çalışma makale ise ve Türkçe dilinde hazırlanmışsa, tam metinle birlikte 1200 kelimelik genişletilmiş İngilizce özet ile birlikte sunulmalıdır. Ayrıca çalışmada 150-200 kelime arası İngilizce ve Türkçe özet ile birlikte İngilizce başlık da yer almalıdır. Ayrıca genişletilmiş özet hariç çalışmalar 7000 kelime ile sınırlıdır. Özetlerde; amaç, yöntem, bulgular ve sonuç bilgilerinin yer almasına özen gösterilmelidir. Anahtar kelimeler 4'ten fazla olmamalı, hem Türkçe hem de İngilizce olarak belirtilmelidir. Özetlerde kısaltma kullanılmamalıdır.
9. Gönderilen makalelerde mutlaka, iki rakamlı düzeyde (Örneğin; Q11) en az bir, en fazla üç adet JEL (Journal of Economic Literature) sınıflaması yapılmalıdır. Makalenin konu başlığına göre seçilmesi gereken JEL sınıflamaları için [http://www.aeaweb.org/journal/jel\\_class\\_system.html](http://www.aeaweb.org/journal/jel_class_system.html) adresinden yararlanılabilir. JEL sınıflaması özet kısmının altına yer almalıdır.
10. Tüm yazılar; Amerikan Psikologlar Birliği (American Psychological Association, APA) tarafından yayınlanan "The Publication Manual of the American Psychological Association (5th Edition), 2001" isimli kaynakta belirtilen yazım ilkelerine uygun olarak yazılmalıdır.
11. Metinde kaynaklara atıfta bulunurken yazarların soyadı ve yayın tarihi (ve gerekliyse sayfa bilgisi) kullanılmalıdır. Örneğin: Üner (2006)...; Tuna (2007: 182)...; Yeşiltaş (2013: 182-186)...; Aktepe & Gürlek (2005) 'e göre...; Kanten (2007) 'e göre...; Tuna & Yeşiltaş (2014)...; Üner, Aktepe & Tuna (2004)...gibi. APA atf formatına uygun

olarak, atıfta bulunulan kaynağın yazar sayısı 3 ile 5 arasında ise, kaynağa metin içinde ilk geçtiği yerde yukarıdaki gibi atıfta bulunulur: Üner, Tuna, Aktepe, Yeşiltaş & Kanten (1992: 154-198). Aynı kaynağa daha sonra yapılan atıflarda ilk yazarın ismi ile birlikte “ve ark.” ifadesi kullanılır: Üner ve ark. (1992: 154-198). Yazar sayısı 6 veya daha fazla ise atıf, metin içinde ilk geçtiği yerde ve sonrasında Üner ve ark. (2005: 154-198) olarak verilmelidir. Cümle sonunda birden fazla esere atıfta bulunuluyorsa bu kaynaklar parantez içinde alfabetik sıra ile verilmelidir. Örneğin: ...(Aktepe, 2000; Tuna ve ark., 1996; Yeşiltaş, Kanten & Gürlek, 2007).

12. Çalışmada kullanılan kitap, makale, bildiri, tez ve teknik not gibi kaynaklar, çalışmada alfabetik sıra ile kaynakça kısmında yer almalıdır.
13. Çalışmalar “Giriş, Kavramsal Çerçeve, Bulgular (Uygulamalı Çalışmalarda) ve Sonuç” bölümlerinden oluşmalıdır. Linkten bir örneğine erişebilirsiniz. <http://dergipark.gov.tr/touraj/page/3685>.

### Kaynakçada

#### Kitaplar;

Yazarın Soyadı, ismin ilk harfi, yayın yılı, başlık, yayınevi, yayın yeri yer almalıdır.

Snedecor, G. W. & Cochran, W. G. (1989). *Statistical Methods* (8th ed.), Iowa State University Press, Ames, IA.

#### Sürelili Yayınlar/Makaleler;

Yazarın Soyadı, ismin ilk harfi, yayın yılı, derginin tam ismi, sayı, cilt, sayfa numaraları yer almalıdır. Tuna, M. & Yeşiltaş, M. (2014). Etik İklim, İşe Yabancılaşma ve Örgütsel Özdeşleşmenin İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Otel İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(1), 122-140.

Baron, R. M. & Kenny, D. A. (1986). The Moderator– Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51 (6), 1173–1182.

#### Bildiri;

Yazarın Soyadı, ismin ilk harfi, yayın yılı, kongre/konferans adı ve yeri yer almalıdır.

Elçi, M., Ergün, E., Yılmaz, C. & Alpkan, L. (2004, 14- 18 July). *Ethical Climate and Organizational Per-*

*formance: Evidence from a Turkish Public Organization*, Paper presented at the 13th. Annual World Business Congress of the International Management Development Association, Maastricht, Netherlands.

#### Tezler;

Yazarın Soyadı, ismin ilk harfi, yayın yılı, tezin tam adı, üniversite adı ve yeri yer almalıdır.

Yeşiltaş, M. (2012). *Örgütsel Özdeşleşmenin Belirleyicisi Olarak Etik Liderlik ve Etik İklim: Otel İşletmelerine Yönelik bir Uygulama*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimler Enstitüsü, Ankara.

#### İnternet;

Metin içinde: (Ministry of Culture and Tourism, 2015)

Kaynakçada: Ministry of Culture and Tourism. (2015, October 13). The list of hotels with tourism operation license. Retrieved from <http://yigm.kultur-turizm.gov.tr/TR,esisleri.html>

Metin içinde: (Tamer, 2015)

Kaynakçada: Tamer, M. (2015, 26 Haziran). E-ticaret hamle yapmak için tüketiciyi bekliyor. *Milliyet*. Erişim adresi: <http://www.milliyet.com.tr/> (Erişim tarihi:)

14. Gönderilen makalelere mutlaka giriş kısmındaki İngilizce özet (Abstract) bölümünden ayrı olarak, 1200 kelimededen oluşturulması zorunlu olan “Genişletilmiş İngilizce Özet” (Extensive Summary) eklenmelidir. Bu kısım, Kaynakçadan hemen sonra yeni bir sayfadan başlamalı ve çift aralıklı 4-5 sayfa (A4) uzunluğunda olmalıdır. İlk sayfanın başına “Extensive Summary” yazılmalı, hemen altına makalenin İngilizce başlığı ve onun altına yazarlarının isimleri ile İngilizce olarak çalıştıkları kurumlar eklenmelidir. Yazar/ lar’dan bağlantı kurulabilecek olan kişinin posta adresi, bu kişinin adına dipnot yapılarak, “Corresponding author at” başlığı ile Türkçe olarak verilmelidir. Aynı dipnota “E-mail Address” başlığı ile bu yazarın e-posta adresi de eklenmelidir. Genişletilmiş İngilizce Özet, mutlaka; Giriş (Introduction), Yöntem (Method), Bulgular (Results), ve Sonuç (Conclusion) bölümlerini içermelidir, başka bölümler eklenmemelidir. Genişletilmiş İngilizce Özet içerisinde yapılan atıflarda “ve ark.” yerine “et al.” kullanımına yer verilmelidir. Bu kısım makalenin temel noktalarını içerecek şekilde Çalışma Sunum Kuralları 69 dikkatlice hazırlanmalıdır. İngilizce makaleler için “Extensive Summary” bölümü gerekme-



mektedir. Not: Genişletilmiş İngilizce Özet bölümü makalenin sayfa sayısını etkilemeyecektir.

15. Kaynaktan doğrudan alıntı yapıldıysa, kaynağa atıfta bulunurken sayfa numarası mutlaka verilmelidir.
16. Makalelerde dile getirilen düşüncelerden yazarları sorumludur.
17. Makalelerde Türk Dil Kurumu'nun (TDK) yazım kılavuzu ve yazım kuralları örnek alınmalıdır. Detaylı bilgi için TDK'nın web sayfasına bakınız: [www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr). Yabancı sözcükler yerine olabildiğince Türkçe sözlükler kullanılmalıdır. Türkçe 'de alışılmamış sözcükler kullanılırken ilk geçtiği yerde yabancı dildeki karşılığı parantez içinde verilebilir.
18. Turizm Akademik Dergisi'nde özgün araştırmaların dışında zaman zaman çeviriler de yayınlanmaktadır. Yapılan çevirinin nerede yayınlandığını gösterir kopya da, yazar/lar'ın ve ilk yayının yapıldığı derginin onayı ile birlikte yazının eki olarak dergiye gönderilmelidir.
19. Dergide yayınlanması kabul edilen ve yayınlanan yazıların yazılı ve elektronik ortamda tüm yayın hakları Turizm Akademik Dergisi'ne aittir.



# Turizm Akademik Dergisi

## Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



### Etik İlkeler ve Yayın Politikası

Turizm Akademik Dergisi, bir yazının yayınlanmasına, tutarlı ve saygın bir bilgi ağının geliştirilmesine katkı sağladığına inanarak yazarları aşağıdaki etik koşulları yerine getirmeye çağırmaktadır. Turizm Akademik Dergisi, Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi, ICMJE (International Committee of Medical Journal Editors) önerileri ve COPE (Committee on Publication Ethics)'un Editör ve Yazarlar için ileri sürdüğü Uluslararası Standartları dikkate almaktadır. Editörler, yazarlar ve hakemler için aşağıda verilen görevler COPE Code of Conduct for Journal Editors ve Elsevier Guidelines for Publication Ethics and Malpractice Statement izlenerek hazırlanmıştır.

#### Editörlerin Görevleri

##### *Yayın Kararları*

Derginin editörü, dergiye gönderilen makalelerden hangisinin yayınlanacağına karar vermekten sorumludur. Söz konusu çalışmanın geçerliliği ve araştırmacılar ve okuyucular için önemi, her zaman bu tür kararların dayanağıdır. Editör, bu kararları alırken diğer editörler veya hakemler ile görüşebilir.

##### *Hakem değerlendirilmesi*

Editör, hakem değerlendirme sürecinin adil, tarafsız ve zamanında olmasını sağlar. Araştırma makaleleri tipik olarak en az iki dış ve bağımsız hakem tarafından gözden geçirilir ve gerektiğinde editör ek görüşler alabilir. Editör, ilgili alanda uygun uzmanlığa sahip hakemleri seçer ve hileli (fraudulent) ve önyargılı hakemlerin seçiminden kaçınır.

##### *Tarafsızlık*

Editör, yazarların ırkına, cinsiyetine, cinsel yönelimine, dini inancına, etnik kökenine, vatandaşlığına veya politik felsefesine bakılmaksızın, makaleleri entelektüel içerikleri açısından değerlendirir.

##### *Gizlilik*

Editör, dergiye gönderilen tüm materyallerin ve hakemlerle yapılan tüm iletişimin gizliliğini, ilgili yazarlar ve hakemlerle aksi kararlaştırılmadıkça koruyacaktır. Hakemler isimlerini açıklamayı kabul etmedikçe, editör hakemlerin kimliklerini gizli tutacaktır. Makalelerde yayınlanmış materyaller, yazarın açık yazılı izni olmadan editörün kendi araştırmasında kullanılamaz. Değerlendirme sürecinde elde edilen bilgi veya fikirler gizli tutulur ve kişisel avantaj için kullanılamaz.

##### *Çıkar Çatışmaları*

Editörler, ilişkilerden kaynaklanan çıkar çatışmalarının olduğu makaleleri değerlendirmekten kaçınılmazdır.

##### *Hakemlerin Sorumlulukları*

##### *Editöryal Kararlara Katkı*

Hakem değerlendirmesi, editörün editöryal kararlar almasına yardımcı olur ve yazarla yapılan editöryal iletişim yoluyla da yazara makaleyi geliştirmede yardımcı olabilir. Hakem değerlendirmesi, bilimsel yöntemin merkezinde yer alır. Gözden geçirenlerden genellikle yazarlara ve çalışmalarına kendilerine davranılmasını istedikleri şekilde davranmaları ve iyi gözden geçirme görgü kurallarına uymaları istenir. Makalede bildirilen araştırmayı gözden geçirme konusunda yeterli niteliğe sahip olmadığını hisseden veya hemen incelemesinin imkansız olduğunu bilen seçilmiş herhangi bir hakem, editöre haber vermeli ve inceleme sürecine katılmayı reddetmelidir.

##### *Gizlilik*

İncelenmek üzere alınan tüm yazılar gizli belgeler olarak değerlendirilmelidir. Hakemler, makaleyle ilgili incelemeyi veya bilgileri editörün izni olmadan kimseye paylaşmamalı veya yazarlarla doğrudan iletişim kurmamalıdır. Gönderilen bir yazıdaki materyaller, yazarın açık yazılı izni olmadan bir hakemin kendi araştırmasında kullanılmamalıdır. Akran değerlendirmesi

yoluyla elde edilen ayrıcalıklı bilgi veya fikirler gizli tutulmalı ve kişisel avantaj için kullanılmamalıdır.

### **Etik Sorunlara Yönelik Duyarlılık**

İncelemeyi gerçekleştiren hakem, makaledeki olası etik konulara karşı uyanık olmalı ve değerlendirmekte olan makale ile hakemin kişisel bilgisine sahip olduğu diğer yayınlanmış makaleler arasındaki önemli benzerlikler veya örtüşmeler dahil olmak üzere bunları editörün dikkatine sunmalıdır.

### **Nesnellik**

Gönderilen yazıların incelemeleri tarafsız bir şekilde yapılmalıdır. Hakemler, destekleyici argümanlarla görüşlerini açıkça ifade etmelidir.

### **Yazarların Görevleri**

#### **Raporlama Standartları**

Yazarlar, yapılan çalışmanın doğru bir açıklamasının yanı sıra öneminin nesnel bir tartışmasını sunmalıdır. Veriler makalede doğru bir şekilde temsil edilmelidir. Çalışma, diğer yazarların alıntılanmasına izin verecek yeterli ayrıntı ve referanslar içermelidir. Hileli veya kasıtlı olarak yanlış beyanlar, etik olmayan davranışlar oluşturur ve kabul edilemez.

#### **Veri Erişimi ve Saklama**

Yazarlardan, araştırma verilerini sağlamaları ve / veya derginin açık veri gereksinimlerine uymaları istenebilir. Yazarlar, mümkünse bu tür verilere halkın erişimini sağlamaya hazır olmalı ve bu tür verileri yayınladıktan sonra makul sayıda yıl boyunca saklamaya hazırlanmalıdır.

### **Özgünlük**

Yazarlar, tamamen orijinal eserler yazdıklarından ve eğer yazarlar başkalarının çalışmalarını ve / veya sözlerini kullanmışlarsa, buna uygun şekilde alıntı yapıldığından ve gerektiğinde izin alındığından emin olmalıdır. Yazarlar her türlü intihal biçiminde sakınlıdır.

#### **Çoklu veya Eşzamanlı Yayın**

Aynı makalenin aynı anda birden fazla dergiye gönderilmesi etik olmayan davranış oluşturur ve kabul edilemez. Genel olarak, bir yazar, daha önce yayınlanmış bir makaleyi başka bir dergide değerlendirilmek üzere sunmamalıdır.

### **Makale Yazarlığı**

Yazarlık, rapor edilen çalışmanın konseptine, tasarımına, yürütülmesine veya yorumlanmasına önemli

katkıda bulunanlarla sınırlı olmalıdır. Önemli katkılarda bulunan herkes ortak yazarlar olarak listelenmelidir. Yazarlar çalışmanın toplu sorumluluğunu üstlenirler. Her yazar, çalışmanın herhangi bir bölümünün doğruluğu veya bütünlüğü ile ilgili soruların uygun şekilde araştırılıp çözülmesini sağlamaktan sorumludur.

### **Destek Beyanı**

Araştırmanın yürütülmesi ve / veya makalenin hazırlanmasına yönelik tüm mali destek kaynakları, varsa destekleyicinin çalışma tasarımıdaki rolü açıklanmalıdır. Ayrıca potansiyel çıkar çatışmaları mümkün olan en erken aşamada açıklanmalıdır.

### **Temel Hataların Bildirilmesi**

Bir yazar kendi yayınlanmış çalışmasında önemli bir hata veya yanlışlık fark ettiğinde, dergi editörüne veya yayıncısına derhal haber vermek ve editör tarafından gerekli görülmesi halinde makaleyi geri çekmek için editörle işbirliği yapmak yazarın yükümlülüğüdür.

### **Yazar Değişikliği**

Yazarlık listesindeki herhangi bir değişiklik, Editöre açık bir neden bildirilmedikçe kabul edilemez. Yazarlıkta bir değişiklik yapılması gerektiğinde, değişiklik için açık bir neden ve yazılı onay (imzalı bir mektup) dergi editörüne bildirilmelidir.

### **Son olarak, Turizm Akademik Dergisi, aşağıdaki hususları yazarlara özellikle hatırlatmaktadır.**

- Aşırı macul, dilimleme, duplikasyon, fabrikasyon, desteğin görmezden gelinmesi etik kurallar çerçevesinde kabul edilemez uygulamalar arasında yer almaktadırlar. Tüm yazarlar bu konulara hassasiyet göstermelidirler.
- Araştırma, başka bir dergide inceleme altında olmamalıdır.
- Araştırma, daha önce herhangi bir yerde yayınlanmamış olmalıdır.
- Yazarlar kendi aralarından meydana gelebilecek çıkar çatışmasından sakınlıdır.
- Dergiye gönderilen araştırmalarda, yazarları tanıttıcı bilgiler yer almamalıdır.
- Turizm Akademik Dergisi, kör hakemlik süreci uygulamaktadır. Yazarlar inceleme sürecinin gizliliğine saygı göstermeli ve kendilerini hakemlere ifşa etmemelidirler.
- Gönderilen araştırmalarda, yer alan tüm materyallerin sorumluluğu yazarlara aittir.

## 2020 YILINDA YAPILAN ÇALIŞMALAR İÇİN ETİK KURUL KARARI GEREKMEKTEDİR

Etik Kurul izni gerektiren araştırmalar aşağıdaki gibidir.

- Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmalar,
- İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması,
- İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,
- Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar,
- Kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmaları,

Ayrıca;

- Olgu sunumlarında “Aydınlatılmış onam formu”-nun alındığının belirtilmesi,
- Başkalarına ait ölçek, anket, fotoğrafların kullanımı için sahiplerinden izin alınması ve belirtilmesi,
- Kullanılan fikir ve sanat eserleri için telif hakları düzenlemelerine uyulduğunun belirtilmesi,
- 2020 yılı öncesi araştırma verileri kullanılmış, yüksek lisans/doktora çalışmalarından üretilmiş (makalede belirtilmelidir), bir önceki yıl dergiye yayın başvurusunda bulunulmuş, kabul edilmiş ama henüz yayımlanmamış makaleler için geriye dönük etik kurul izni gerekmemektedir.
- Dergilerde yayımlanacak makalelerde etik kurul izni ve/veya yasal/özel izin alınmasının gerekip gerekmediği makalede belirtilmiş olmalıdır. Eğer bu izinlerin alınması gerekli ise, izinin hangi kurumdan, hangi tarihte ve hangi karar veya sayı numarası ile alındığı açıkça sunulmalıdır.

## Yayın Politikası

1. Turizm Akademik Dergisi, hakemli bir dergi olup 6 ayda bir yayımlanmaktadır.
2. Turizm Akademik Dergisi'ne gönderilen çalışmaların daha önce hiçbir yerde yayımlanmaması veya yayımlanmak üzere sunulmamış olması gerekmektedir.
3. Turizm Akademik Dergisi'ne gönderilen çalışmalar, öncelikle şekil ve içerik yönünden dergi editörlüğü tarafından ön incelemeye tabi tutulmakta uygun bulunması durumunda daha sonra hakemlere gönderilmektedir.
4. Dergi, turizm alanı odaklı disiplinlerarası bir dergi niteliğindedir. Turizm Akademik Dergisi'nin temel amacı; turizm disiplinine teorik ve pratik açılardan katkı sağlayacak, tarafsızlık ilkesi çerçevesinde hazırlanmış, bilim etiği ilkelerine bağlı ve çözüm odaklı çalışmaların yayımlanmasıdır.
5. Makale değerlendirme süresi ortalama 45 gündür.
6. Talep edilen düzeltmelerin aşağıdaki esaslara uygun olarak yapılması gerekmektedir.
  - Düzeltmeler için makale metni ve düzeltme formu olmak üzere iki dosya hazırlanmalıdır. Her iki dosyada yazar bilgileri yer almamalıdır.
  - Dosyalar makale metni ve düzeltme formu olarak isimlendirilmelidir.
  - Form üzerinde düzeltmelerin nasıl yapıldığını açıklanmalıdır. Yapılamayan herhangi bir düzeltme için geçerli ve uygun bir destek sağlanmalıdır.
  - Form üzerinde yapılan düzeltmelerin sayfa, paragraf ve satır numarası belirtilmelidir.
  - Makale metninde yapılan düzeltmelerin yer aldığı kısımlar yazı tipi rengi kırmızı seçilerek yazılmalıdır.
7. Yazarlar araştırmalarında bir hata tespit ettiklerinde editörü bilgilendirmeli, düzeltme ya da geri çekme süreci için işbirliği kurmalıdırlar.
8. Kabul edildiği takdirde makalenin son sayıda yer alma ihtimalinin olması için en az iki ay önce sisteme yüklenmesi gerekmektedir.
9. Dergi giderlerinin (dizgi vb.) karşılanması için yayın ücreti olarak 500 TL. ödenmesi gerekmektedir. Yükseköğretim Kurulu'nun 07.03.2019 tarihli Genel Kurulunda alınan karar gereği, bu bedel makalenin kabul/red şartına bağlı olmaksızın talep edilmektedir. Ücret Detay Yayıncılık banka hesabına yatırılmaktadır.

Gönderim Ücreti: 500.00 TRY



# Detay Yayincılık

akademik yayincılık



[www.detayyayin.com.tr](http://www.detayyayin.com.tr)