



**BEBEK PATLAMASI, X VE Y
KUŞAKLARININ YAVAŞ TURİZME
YÖNELİK TUTUMLARININ VE SEYAHAT
DAVRANIŞLARININ KARŞILAŞTIRILMASI**

Yüksek Lisans Tezi

Cansu AKBAY

Eskişehir 2019

**BEBEK PATLAMASI, X VE Y KUŞAKLARININ YAVAŞ TURİZME YÖNELİK
TUTUMLARININ VE SEYAHAT DAVRANIŞLARININ
KARŞILAŞTIRILMASI**

Cansu AKBAY

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Çağrı Hale ÖZEL

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

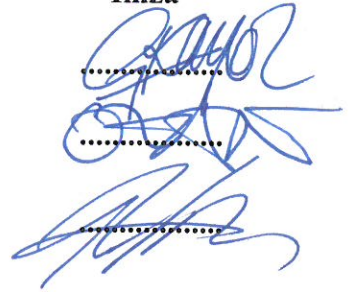
Ağustos 2019

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

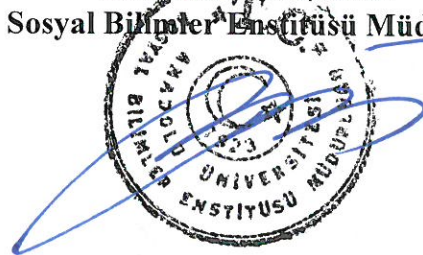
Cansu AKBAY'ın "Bebek Patlaması, X ve Y Kuşaklarının Yavaş Turizme Yönelik Tutumlarının ve Seyahat Davranışlarının Karşılaştırılması" başlıklı tezi 08 Ağustos 2019 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca toplanan **Turizm İşletmeciliği** Anabilim Dalında, **yüksek lisans tezi** olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Üye (Tez Danışmanı) : Doç.Dr.Çağrı Hale ÖZEL
Üye : Doç.Dr.Emre Ozan AKSÖZ
Üye : Doç.Dr.Saadet Pınar TEMİZKAN

İmza



Prof.Dr.Bülent GÜNŞOY
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü



ÖZET
BEBEK PATLAMASI, X VE Y KUŞAKLARININ YAVAŞ TURİZME YÖNELİK
TUTUMLARININ VE SEYAHAT DAVRANIŞLARININ
KARŞILAŞTIRILMASI

Cansu AKBAY

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ağustos 2019

Danışman: Doç. Dr. Çağrı Hale ÖZEL

Bu araştırmanın amacı, Bebek Patlaması (Baby Boomer), X ve Y kuşaklarının yavaş turizme yönelik tutumları arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığını ortaya koymaktır. Ayrıca, araştırma kapsamında, bu kuşakların seyahat davranışları arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığı da incelenmiştir. Araştırmanın verileri, Eskişehir’de ikamet eden bireylerden elde edilmiştir. Tesadüfî olmayan örnekleme yöntemlerinden yargısal (amaçlı) ve kolayda örnekleme yöntemleri ile toplam 402 kişiye yüz yüze anket uygulanmıştır. Bu anketlerden 11 tanesinin eksik ve hatalı doldurulduğu belirlenmiş olup 391 tanesi analize dâhil edilmiştir. Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının seyahat davranışları arasındaki anlamlı farklılığı belirlemek amacıyla yapılan ki kare testinin sonuçlarına göre konaklanan gün sayısı ve tatile çıkılan kişiler açısından farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yavaş turizme ilişkin tutum ölçeğine yapılan faktör analizi sonucunda, çevre, yerellik, yavaşlık, yerel ekonomi ve zaman olmak üzere beş faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Araştırma sonuçlarına göre Y kuşağı, Bebek Patlaması ve X kuşaklarına göre yavaş turizmin çevre boyutuna yönelik daha olumlu tutum sergilemektedir. Yavaş turizmin yerellik ve yerel ekonomi boyutlarına yönelik tutumlar incelendiğinde ise, Bebek Patlaması ve Y kuşaklarının X kuşaklarına göre daha olumlu tutum gösterdiği belirlenmiştir. Ayrıca, bu üç kuşağın yavaş turizmin yavaşlık boyutuna yönelik tutumlarının da olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda, turizm sektöründeki uygulayıcılara ve araştırmacılara önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yavaş hareketi, Yavaş turizm, Bebek Patlaması, X kuşağı, Y kuşağı.

ABSTRACT

THE COMPARISON OF THE ATTITUDES OF BABY BOOMER, X AND Y GENERATIONS TOWARDS SLOW TOURISM AND TRAVEL BEHAVIOURS

Cansu AKBAY

Department of Tourism Management

Anadolu University, Graduate School of Social Sciences, August 2019

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Çağıl Hale ÖZEL

The aim of this study is to determine whether there are significant differences between the attitudes of Baby Boomer, X and Y generations towards slow tourism. Also, it was investigated whether there are significant differences between the travel behaviors of these generations. The data of the study were obtained from people who residing in Eskişehir. A face-to-face questionnaires has been applied to 402 by using non-random sampling methods, judgemental (purposeful) and convenience sampling methods. 11 of these questionnaires were determine to be missing and inaccurate and 391 of the questionnaires were included to the analysis. According to the results of the chi-square test performed to determine the significant difference between Baby Boomer, X and Y generations and travel behaviors, it was concluded that there was a difference in terms of the number of accomodation days and who go on vacation with. As a result of the factor analysis scale of the attitude towards slow tourism, a five-factor structure emerged as environment, locality, slowness, local economy and time. According to the results of the research, generation Y has a more positive attitude towards the environmental dimension of slow tourism compared to the Baby Boomer and X generations. On the other hand, attitudes towards the locality and local economy dimensions of slow tourism were found more positive in terms of Baby Boomer and Y generations than X generations. In addition, the attitudes of these three generations towards the slowness dimension of slow tourism were determined positively. In line with the results of the research, suggestions were given to practitioners and researchers in the tourism sector.

Keywords: Slow movement, Slow tourism, Baby Boomer, X generation, Y generation.

TEŞEKKÜR

Tez çalışmamın her aşamasında bana sabır, anlayış ve yol gösteren, değerli zamanını ve desteğini hiçbir zaman esirgemeyen, akademik bilgisiyle beni aydınlatan değerli tez danışmanım Doç. Dr. Çağır Hale ÖZEL'e,

Tez savunma jürimde yer alarak görüş ve önerileriyle araştırmaya önemli katkıları sunan değerli hocalarım Doç. Dr. Emre Ozan AKSÖZ'e ve Doç. Dr. Saadet Pınar TEMİZKAN'a,

Bugünlere gelmemi sağlayan, her aldığım kararda yanımda olan, sevgilerini ve desteklerini her zaman hissettiğim canım aileme,

Üniversite yıllarımdan itibaren tüm zorlukları birlikte aştığım, sevgisi, desteği, ilgisi ve yardımlarıyla her koşulda yanımda olan sevgili Furkan HAFİF'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

09/08/2019

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Cansu AKBAY

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
BAŞLIK SAYFASI	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	iv
TEŞEKKÜR	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLOLAR DİZİNİ.....	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ	x
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Problemi.....	2
1.2. Araştırmanın Amacı	3
1.3. Araştırmanın Önemi.....	3
1.4. Araştırmanın Varsayımları.....	4
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları	4
1.6. Tanımlar	4
2. ALANYAZIN	5
2.1. Kuşak Kavramı	5
2.1.1. Kuşakların Sınıflandırılması.....	6
2.1.1.1. Sessiz kuşak (1925-1945)	7
2.1.1.2. Bebek Patlaması (Baby Boomer) Kuşağı (1946-1964)	8
2.1.1.3. X kuşağı (1965-1979)	9
2.1.1.4. Y kuşağı (1980-1999)	10
2.1.1.5. Z kuşağı (2000 ve 2020)	12
2.2. Yavaş Hareketi (Slow Movement)	13
2.2.1. Yavaş Yemek (Slow Food).....	16
2.2.2. Yavaş Şehir (Slow City/Cittaslow).....	19
2.3. Yavaş Turizm (Slow Tourism).....	24
2.3.1. Yavaş turizmin boyutları.....	31
2.3.1.1. Yavaşlık	31
2.3.1.2. Yerellik	33

2.3.1.3. Çevre	34
2.4. Yavaş Turist Olarak Bebek Patlaması, X ve Y Kuşaklarının Seyahat Davranışları	38
3. YÖNTEM	39
3.1. Araştırma Modeli.....	39
3.2. Evren ve Örneklem	40
3.3. Veri Toplama Aracı	42
3.4. Veri Toplama Süreci.....	45
3.5. Verilerin Analizi.....	45
4. BULGULAR.....	46
4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	46
4.2. Katılımcıların Seyahat Davranışlarına İlişkin Bulgular	47
4.3. Normal Dağılım Testlerine İlişkin Bulgular	49
4.4. Açıklayıcı Faktör Analizine İlişkin Bulgular.....	49
4.5. Farklılık Analizlerine İlişkin Bulgular.....	54
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	60
KAYNAKÇA.....	66
EKLER	
ÖZGEÇMİŞ	

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 2.1. Hızlı ve Yavaş Yaklaşımların Karşılaştırılması	15
Tablo 2.2. Yavaş Şehir Üyelik Ölçütleri	21
Tablo 2.3. Kitle Turizmi ve Yavaş Turizmin Karşılaştırılması	28
Tablo 2.4. Ulaşım Türlerinin Karbon Miktarları	36
Tablo 3.1. Yavaş Turizme Yönelik İfadelerin Belirlenmesinde Yararlanılan Çalışmalar	42
Tablo 4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri	47
Tablo 4.2. Katılımcıların Seyahat Davranışlarına Yönelik Bulgular	48
Tablo 4.3. KMO ve Bartlett Küresellik Testine İlişkin Sonuçlar	51
Tablo 4.4. Faktör Analizi, Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri	52
Tablo 4.5. Bebek Patlaması, X ve Y Kuşaklarının Seyahat Davranışları Arasındaki Farklılıklar	55
Tablo 4.6. Kuşakların Yavaş Turizmin Faktör Boyutlarına Yönelik Tutumlarının Karşılaştırılması	59

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 3.1. Örnekleme Süreci	41
-----------------------------------	----



1. GİRİŞ

Günümüzde, ekonomi, teknoloji, iletişim araçları gibi alanlarda yaşanan gelişmeler ile birlikte ortaya çıkan küreselleşmenin etkisiyle dünyada birçok değişim yaşandığı görülmektedir. Küreselleşme sürecini en iyi tanımlayan kelimenin hız olduğu söylenebilir. Küreselleşme ile daha hızlı hale gelen insan yaşamı, hızlı çalışma, hızlı tüketim, hızlı seyahat gibi bazı kavramları ve olumsuzlukları ortaya çıkarmıştır. Yavaş hareketi ise küreselleşmeyi ve beraberinde getirdiği hızlı tüketim alışkanlıklarını sorgulayan ve bireylerin içine düştüğü aşırı hız tutkusuna karşı mücadele veren bir hareket olarak ortaya çıkmıştır (Güven, 2011, s. 113).

Hıza bir tepki olarak ortaya çıkan yavaş hareketi, fast food zinciri McDonald's işletmesini protesto etmek amacıyla ilk olarak 1986 yılında Carlo Petrini tarafından ortaya atılan “yavaş yemek” hareketi ile başlamıştır. Yavaş yemek hareketinin gelişimi ile birlikte, yavaş yemek felsefesini şehirlere ve destinasyonlara uygulayan “yavaş şehir” hareketi ortaya çıkmıştır. Yavaş yemek ve yavaş şehir hareketlerinden sonra ise bu felsefenin seyahat ve turizm faaliyetlerini kapsayan bir uzantısı olarak yavaş turizm gelişmiştir. Yavaş hareket fikrinden yola çıkılarak, aynı prensip ve felsefe yaklaşımı turizme uygulanmıştır (Heitmann, Robinson ve Povey, 2011, s. 114).

Bu çalışmada, kitle turizmine/hızlı turizme karşı ortaya çıkan yavaş turizm kavramı ele alınmıştır. Yavaş turizm, kitle turizminin gerçekleştiremediği sürdürülebilir olmayı ve kaliteli deneyimler sunmayı amaçlamaktadır. Bu turizm çeşidi, destinasyonu gerçek anlamda tanımaya, destinasyonun tadını çıkarmaya, yerel halk ile iletişime geçmeye, yerel mutfak tanımaya, yerel kültürü öğrenmeye ve yolculuğun tadını çıkarmaya olanak tanımaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı, Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının yavaş turizme yönelik tutumları arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığının incelenmesidir. Yavaş turizme yönelik tutumları olumlu olan kuşakların yavaş turizme katılmaya da eğilimli olacağı düşünülmektedir. Araştırmada, yavaş turizmin kuşaklar ile birlikte ele alınmasının sebebi, kuşakların farklı karakteristik özelliklerine göre bir pazar bölümü oluşturması ile yavaş turizme özgü mal ve hizmetlerin bu kuşaklara hitap edebilecek şekilde üretilebileceği ve yavaş turizme özgü pazarlama karması oluşturulabileceği düşüncesidir. Sessiz kuşağın, yaş aralığı itibarıyla turizme nadir katıldığı, Z kuşağının

ise ekonomik açıdan satın alma gücünün yetersiz olduğu ve satın alma sürecinde ailesine bağımlı olduğu düşünüldüğü için bu kuşaklar çalışmaya dâhil edilmemiştir.

Tez çalışması, beş bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde, araştırmanın problemine, amacına, önemine, varsayımlarına, sınırlılıklarına ve tanımlara yer verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde, araştırmanın kuramsal alt yapısı üzerinde durulmuştur. Bu bölümde, yavaş turizmin çıkış noktası olan yavaş hareketinden bahsedilmiştir. Bunun devamında, araştırmanın konusunu oluşturan yavaş turizm ve kuşak kavramlarına yer verilmiş ve araştırmanın hedef kitlesi olan Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının seyahat davranışları ile yavaş turizmin özellikleri birlikte ele alınmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde, araştırmanın modeli, evreni ve örneklemi, veri toplama aracı, veri toplama süreci ve verilerin analizine ilişkin bilgiler sunulmaktadır. Verilerin analizi sonucu elde edilen bulgulara ilişkin bilgilere çalışmanın dördüncü bölümünde yer verilmiştir. Çalışmanın beşinci bölümünde ise elde edilen bulgular doğrultusunda değerlendirmeler yapılmış, turizm sektöründeki uygulayıcılara ve araştırmacılara önerilerde bulunulmuştur.

1.1. Araştırmanın Problemi

Kitle turizmi ile birlikte ortaya çıkan betonlaşma, turizm işletmelerinde bilinçsiz nicelik artışı, kültürel, sosyal ve fiziksel çevrenin yıpranması, hizmet kalitesinin düşmesi ve herşey dahil sistemindeki bıkkınlık insanları yavaş turizme yöneltmiştir (Sezgin ve Özdemir, 2016, s. 2). Son zamanlarda, insanların, büyük otellerde veya doğal olmayan ortamlarda tatil yapmak yerine, doğal besinler tüketerek, daha doğal ortamlarda ve oldukça sakin yaşayarak dinlenmek istemeleri, yeni bir turizm şekli olarak “yavaş turizmi” ortaya çıkarmıştır (Ünal, 2016, s. 15). Yavaş turizm kavramının nispeten yeni olması nedeniyle (Guiver ve McGrath, 2016, s. 11), yavaş turizmin bilinirliğinin, turizm işletmeleri ve turistler tarafından yeterli seviyede olmadığı belirtilmektedir (Çıtak, 2016, s. 2704). Bu kapsamda, tatile çıkan bireylerin, gelişmekte olan yavaş turizm kavramına yönelik tutumlarının olumlu olup olmadığının belirlenmesinin, bu yeni turizm çeşidine katılmaya olan eğilimlerini de ortaya koyacağı söylenebilir. Özellikle, turizmde aktif olarak yer alan Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının yavaş turizme yönelik tutumlarının incelenmesinin, turizm işletmeleri ve destinasyon yöneticilerinin, yavaş turizme yönelik yeni ürünlerini kuşak farklılıklarını dikkate alarak tasarlamaları açısından önemli olacağı düşünülmektedir.

Alanyazında yavaş turizm ile ilgili çalışmalar incelendiğinde ise kavramsal çalışmalara (Lumsdon ve McGrath, 2011; Heitmann, Robinson ve Povey, 2011; Guiver ve McGrath, 2016; Calzati ve De Salvo, 2017), destinasyon gelişimine (Matos, 2004; Timms ve Conway, 2012; Svärd, 2013) ve yavaş turistlere (Yurtseven ve Kaya, 2011; Oh, Assaf ve Baloglu, 2014) odaklanan çalışmalara rastlanılmıştır. Alanyazın incelendiğinde, yavaş turizm ve kuşakları birlikte ele alan bir çalışmaya ise rastlanamamıştır.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Bebek Patlaması (Baby Boomer), X ve Y kuşaklarının yavaş turizme yönelik tutumları arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığını ortaya koymaktır. Ayrıca araştırma kapsamında bu kuşakların seyahat davranışları ve seyahat davranışları arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığı incelenmiştir. Bu doğrultuda, araştırma kapsamında aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının yavaş turizmin boyutlarına yönelik tutumları arasında anlamlı farklılıklar var mıdır?
- Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının seyahat davranışları nelerdir?
- Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının seyahat davranışları arasında anlamlı farklılıklar var mıdır?

1.3. Araştırmanın Önemi

Bebek Patlaması (Baby Boomer), X ve Y kuşaklarının yavaş turizm ile ilgili tutumlarının belirlenmesi, bu kuşakların yavaş turizme katılmaya yönelik eğilimlerini ortaya koyacaktır. Yavaş turizme yönelik tutumları olumlu olan kuşakların yavaş turizm faaliyetlerine katılmaya da eğilimli olabileceği düşünülmektedir. Her kuşağın sahip olduğu toplumsal değerler ve yetiştirildiği çevre farklı olduğu için kuşaklar arasında farklılıklar görülmektedir. Araştırmanın bulgularından yola çıkarak, destinasyonlarını yavaş turizm olgusunu ortaya çıkararak pazarlamaya çalışan uygulayıcılar ve konaklama işletmeleri yöneticileri, yavaş turizme eğilimli olan kuşakların farklı özelliklerini göz önünde bulundurarak pazarlama karması oluşturabilecektir. Diğer bir ifadeyle, araştırmanın bulguları yavaş turizme özgü pazarlama karmalarının oluşturulması açısından önemlidir.

1.4. Araştırmanın Varsayımları

Bu çalışma, belirli varsayımlar doğrultusunda gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın verileri, soru formu (anket) kullanılarak toplanmıştır. Araştırmaya katılan bireylerin, soru formunu içtenlikle, dikkatle yanıtladıkları ve sorulara gerçeği yansıtacak cevaplar verdikleri varsayılmıştır. Araştırmanın diğer varsayımı ise örneklemin, evreni temsil ettiği yönündedir.

1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışma, aşağıda belirtilen sınırlılıklar kapsamında gerçekleştirilmiştir:

- Araştırmanın sonuçları, Eskişehir ilinin Tepebaşı ve Odunpazarı ilçelerinde ikamet eden bireylerden elde edilen veriler ile sınırlıdır. Zaman ve maliyet kısıtlılığı nedeniyle diğer ilçeler araştırmaya dâhil edilememiştir.
- Araştırmanın sonuçları, 29 Haziran- 27 Ağustos 2018 tarihleri arasında Tepebaşı ve Odunpazarı ilçelerine bağlı nüfusun yoğun olduğu yerlerde bulunan ve soru formuna katılmayı kabul eden bireylerin görüşleri ile sınırlıdır.
- Sessiz Kuşak ve Z Kuşağının araştırmaya dâhil edilmemesi araştırmanın diğer bir sınırlılığını oluşturmaktadır.
- Zaman ve maliyet kısıtlılığı nedeniyle tesadüfî olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme ve yargısal örnekleme yöntemlerinin kullanılması araştırmanın diğer bir sınırlılığıdır.

1.6. Tanımlar

Yavaş hareketi: Zamanı yavaşlatarak, sürekli saate bakmaktan ve aceleden kaçınarak, yaşam kalitesini yükseltmeyi amaçlayan hareketleri kapsamaktadır (Olgun, 2016, s. 5).

Yavaş Yemek: Fast food kültürünün hızla gelişmesine, yerel yemek geleneklerinin yok olmasına, insanların tükettiği yiyeceklerin nereden geldiği, tadının nasıl olduğu ve yemek seçimlerinin dünya ekonomisini nasıl etkilediği konusundaki ilgisizliğine karşı kurulmuş ve gönüllü üyelerin bulunduğu kâr amacı gütmeyen bir organizasyondur (Buiatti, 2011, s. 93).

Yavaş Şehir: Küreselleşmenin, şehirlerin dokusunu, sakinliklerini ve yaşam tarzını standartlaştırmasını ve yerel özelliklerini ortadan kaldırmasını engellemek amacıyla yavaş yemek hareketinden ortaya çıkan bir şehirler birliği olarak tanımlanmaktadır (Keskin, 2012, s. 85).

Yavaş turizm: Yerel kùltürlere, tarihe ve çevreye saygı duyan, sosyal sorumluluğu önemseyen, keşfetmenin, öğrenmenin ve paylaşmanın keyfine varan bir turizm şekli olarak tanımlanmaktadır (Heitmann vd., 2011, s. 119).

Kuşak: Yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını ve dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları ve kaderleri paylaşmış, benzer görevlerle yükümlü olmuş kişiler topluluğudur (TDK, 2019).

Sessiz Kuşak: 1925 ile 1945 yılları arasında doğan bireylerin oluşturduğu kuşaktır (Lehto, Jang, Achana ve O’Leary, 2008, s. 238).

Bebek Patlaması Kuşağı: 1946 ile 1964 yılları arasında doğan bireyleri kapsayan kuşaktır (Kyles, 2005, s. 54).

X Kuşağı: 1965 ile 1979 yılları arasında doğan bireyleri kapsayan kuşaktır (Kyles, 2005, s. 54).

Y Kuşağı: 1980-1999 yılları arasında doğan bireyleri kapsayan kuşaktır (Kapoor ve Solomon, 2011, s. 310).

Z Kuşağı: 2000-2020 yılları arasında dünyaya gelen veya gelecek olan bireyleri kapsayan kuşaktır (Adıgüzel vd., 2014, s. 174).

2. ALANYAZIN

Alanyazında ilk olarak, kuşak kavramı ve kuşaklar ele alınmıştır. Daha sonra, yavaş turizmin çıkış noktası olan yavaş hareketinden bahsedilmiştir. Devamında ise, araştırmanın temelini oluşturması nedeniyle yavaş turizm kavramı detaylı bir şekilde ele alınmış ve yavaş turizmin özellikleri ile araştırmanın hedef kitlesini oluşturan Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının seyahat davranışları birlikte incelenmiştir.

2.1. Kuşak Kavramı

Türk Dil Kurumu (2019), kuşak kavramını yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını ve dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları ve kaderleri paylaşmış, benzer görevlerle yükümlü olmuş kişilerin topluluğu olarak tanımlamaktadır. Bir diğer tanıma göre kuşak kavramı, aynı dönemde dünyaya gelen ve hayat yolculuklarını beraber gerçekleştiren bireyler topluluğu olarak ele alınmaktadır (Schewe ve Noble, 2000, s. 130). Benzer şekilde, kuşaklar, aynı dönemlerde yaşayan ve ortak özelliklere sahip olan bireylerin oluşturduğu gruplardır (Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014, s. 169).

Kuşak kavramını bilimsel çalışmalarında ele alan ilk araştırmacının 1830-1840 yılları arasında Auguste Comte olduğu bilinmektedir. Comte (1974), kuşaklar arasındaki farklılıkların tarihsel süreç içerisinde hareket eden kuvvetler olduğunu ortaya

koymuş ve sosyal ilerlemenin ancak bir kuşağın bir sonraki kuşağa aktaracağı birikimler ile mümkün olabileceğini belirtmiştir (Comte, 1974'ten aktaran Toruntay, 2011 s. 64). Karl Mannheim ise, yirminci yüzyılda geliştirilen sosyal bilimler araştırma yöntemlerini kullanarak, kuşak kavramını sistematik ve kapsamlı bir şekilde ele alan ilk araştırmacıdır (Jaeger, 1985, s. 278). Mannheim tarafından 1950 yılında yapılan çalışmada kuşak kavramı; ortak alışkanlıkları ve kültürü paylaşan insanlar topluluğu olarak tanımlanmıştır (Latif ve Serbest, 2014, s. 136).

Kuşak kavramına sosyolojik açıdan bakıldığında ise, doğum yılları ve bu dönemlerde gerçekleşen sosyal, kültürel veya teknolojik olaylar nedeniyle bu bireylerin farklı karakteristik özelliklere sahip olduğu görülmektedir. Her kuşak, içinde bulunduğu zamanın karakteristik yapısından etkilenmekte ve kendi döneminin izlerini taşımaktadır (İzmirlioğlu, 2008, s. 42). Kuşaklar, sahip olduğu özellikleri, değerleri, inançları, ilgi alanları ve beklentileri açısından birbirinden ayırt edici özelliklere sahiptir (Li, Li, Hudson, 2013, s. 147).

Kuşakların yetiştirildiği çevre ve sahip olduğu toplumsal değerler tüketim alışkanlıklarının da belirleyicisi olmaktadır. Bu nedenle, tüketicilerin içinde bulundukları kuşaklar ve o kuşaklara ait özellikler, turizmde satın alma davranışlarını da etkileyebilmektedir (Başgöze ve Bayar, 2015, s. 119). Tüketicileri kuşaklara göre bölümlendirebilen pazarlamacılar, söz konusu kuşakların karakteristik özelliklerine göre bir pazar bölümü oluşturup bu kuşaklara hitap edecek mal ve hizmetler üretmekte ve ürünlere ilişkin pazarlama karması oluşturmaktadır (Albayrak ve Özkul, 2013, s. 19).

2.1.1. Kuşakların Sınıflandırılması

İnsanlar, doğdukları dönemlere göre belirli bir zaman aralığında doğan tüm bireylerin oluşturduğu bir grubun parçası olmaktadır. Belirli yıllara göre bölümlenmiş bu zaman dilimleri, kuşakların sınıflandırılmasında kullanılmaktadır (Delahoyde, 2009, s. 29). Birbirleri ile yakın yıllarda doğmuş olan bireyler, hayatları boyunca genellikle benzer toplumsal özellikler sergileyip, ergenlik, mezuniyet, evlilik gibi dönemlerinde benzer olayları yaşamaktadır (Newman, 2013, s. 217). Kuşakların sınıflandırılmasına ilişkin kesin tarihler belirlenememekle birlikte, aynı yaş aralığındaki kişilerin bulundukları dönem içerisinde yaşadıkları ekonomik, kültürel ve siyasi gibi tarihsel olaylar bu bireyleri etkilemektedir (Çaycı ve Karagülle, 2014, s. 191).

Kuşakların sınıflandırılması ile ilgili alanyazın incelendiğinde, kuşakların adlandırılması ve tarih aralıkları konusunda görüş farklılıkları olduğu görülmektedir. Bu

çalışmada ise, alanyazında temel olarak kabul edilen Sessiz kuşak (1925-1945), Bebek Patlaması kuşağı (1946-1964), X kuşağı (1965-1979), Y kuşağı (1980-1999) ve Z kuşağı (2000 ve sonrası) sınıflandırılması ele alınmıştır (Crumpacker ve Crumpacker, 2007; Altuntuğ, 2012; Başgöze ve Bayar, 2015; Demirkaya vd., 2015; Akten, 2016; Deveci, 2018; Sungur, 2019).

2.1.1.1. Sessiz Kuşak (1925- 1945)

Sessiz Kuşak, 1925 ile 1945 yılları arasında doğan bireylerin oluşturduğu kuşaktır. İkinci Dünya Savaşı ve Büyük Buhran, bu kuşağa ait karakterin oluşmasında önemli ölçüde etkili olmuştur (Lehto, Jang, Achana ve O’Leary, 2008, s. 238). İkinci Dünya Savaşı döneminde savaşa katılamayacak kadar yaşları küçük olan bu kuşaktaki bireyler, savaşa katılmamış olsalar bile savaşın yıkıcı etkisini yaşamıştır (Levickaite, 2010, s. 173). İkinci Dünya Savaşı ve Ekonomik Buhran döneminde doğan sessiz kuşak üyeleri, yaşanan ekonomik sıkıntılar, kıtlık ve açlık, işsizlik, tasarruf etme gibi yaşam koşullarına maruz kalmıştır (Adıgüzel vd., 2014, s. 171). Bu önemli olayların etkisi ile bu kuşak üyelerinin, tutumlu, tedbirli ve risk alma konusunda isteksiz davrandığı belirtilmektedir (Lehto vd., 2008, s. 239).

Sessiz Kuşak bireylerinin çocukluk ve gençlik yıllarında, dünya savaşları ve ekonomik krizden dolayı zorlu şartlarda yaşam mücadelesi vermiş olmaları, bu bireylerde korku ve güvensizlik duygusunun gelişmesine neden olmuştur. Yaşanan kriz ve savaş döneminin yol açtığı işsizlik, bireyleri tasarruflu ve sade bir yaşam sürmeye zorlamıştır (Bakırtaş, Divanoğlu ve Akkaş, 2016, s. 3). Bu kuşaktaki bireyler tasarrufa, ahlaki ve etik değerlere, sosyal huzura, aile beraberliğine ve vatanseverliğe önem vermekte ve ayrıca uyum, bu bireylerce başarının bir anahtarı olarak kabul edilmektedir (Williams ve Page, 2011, s. 39).

Sessiz kuşak üyeleri arasında iletişim, teknoloji ile henüz tanışmadıkları için mektup ve yüz yüze konuşma aracılığıyla sağlanmıştır (Ünal, 2017, s. 10). Alanyazında ise bu kuşağın karakteristik olarak teknolojiye uzak olmasına rağmen, kuşaktaki birçok kişinin teknolojiyi kullanmaya istekli olduğu ve kullanabildiği ortaya konmuştur (Delahoyde, 2009, s. 33). Ayrıca, bu bireylerin, doğrudan posta ile açık ve basit bir iletişim yolu olan yazılı iletişimi bilgi edinme yolu olarak tercih ettiği görülmektedir (Adıgüzel vd., 2014, s. 171).

2.1.1.2. Bebek Patlaması (Baby Boomer) Kuşağı (1946- 1964)

Bebek patlaması kuşağı, 1946 ile 1964 yılları arasında doğan bireyleri kapsamaktadır (Kyles, 2005, s. 54). İkinci Dünya Savaşı sonrasında dünyaya gelen bu kuşak, savaş sonrası yaşanan hızlı doğum oranından dolayı Bebek Patlaması Kuşağı olarak isimlendirilmiştir (Arslan ve Staub, 2015, s. 6). Yüksek doğum oranları sebebiyle sayıca fazla olan bu kuşak, toplumu yeniden şekillendiren kuşak olarak da tanımlanmaktadır (Levickaite, 2010, s. 171). İkinci Dünya Savaşı sonrası belirsizlik döneminde ortaya çıkan bu kuşak; soğuk savaş, 1960'lardaki sosyal devrimi, ayda yürüyüşü ve özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde gerçekleşen önemli tarihi kişilik suikastlarını yaşamıştır (Zopiatis, Krombia-Kapardis ve Varnavas, 2012, s. 102). Bebek Patlaması kuşağı, insan hakları hareketlerinin, radyo kullanımının, Türkiye'de ise ihtilalin ve çok partili dönemin yaşandığı yıllarda doğan kişilerin oluşturduğu kuşak olarak tanımlanabilir. Bu kuşak sınıflandırmasında yer alan bireyler, sadakat duyguları yüksek, kanaatkâr ve aynı zamanda bir yerde uzun süre çalışabilen bir yapıya sahiptir (Adıgüzel vd., 2014, s. 172). Bu kuşak üyeleri, genellikle ebeveynlerinin otoriteye saygı gösterme ve kurallarını takip etme eğilimine tezat oluşturmakta ve toplumsal normlara uymaya zorlanan “isyancılar” olarak görülmektedir (Mahoney, 2015, s. 12).

Bebek Patlaması kuşağında yer alan bireyler, bireyselliğe, kendini ifade etmeye, iyimserliğe ve “şimdi burada ol” anlayışına önem vermekte ve özellikleri, yaşam tarzları ve tutumları açısından kendilerini işkolik olarak tanımlamaktadır (Williams ve Page, 2011, s. 41). Bu kuşak, işkolik olmasının yanı sıra rekabetçi özellikler de sergilemektedir. İş ve yoğun rekabet özelliğinin bu kuşak bireylerinin işkolik olmalarına sebep olduğu kadar, bencil, kendisini kandıran, yargılayıcı ve aşırı özgüven sahibi bireyler olmalarına da neden olmuştur (Delahoyde, 2009, s. 34). Bu kuşak; bireyci, özgürlüğüne düşkün, dünyayı keşfetmeye ve yaşamaya odaklanmış bireylerden oluşmaktadır. Uyumlu, amacına odaklanan, pozitif ve yeniliklere açık olmakla birlikte, kadın-erkek ilişkilerinde muhafazakâr çizgiden ayrılmayan bir kişilik sergilemektedir (Mengi, 2011'den aktaran Altuntuğ, 2012, s. 205).

Bebek Patlaması kuşağı ile ilgili yapılan bir çalışmada, bu kuşağın üretken, topluma olumlu etkisi olan ve toplumsal bilinci yüksek olan kuşak olarak görüldüğü ortaya çıkmıştır (İzmirlioğlu, 2008, s. 44). Bebek Patlaması kuşağının, kişisel ve psikolojik gelişime, sağlıklı yaşama, çevrenin sürdürülebilirliğine, sosyal sorumluluğa

ve farkındalık yaratmaya önem verdiği görülmektedir (Ng, Helminger ve Wu, 2016, s. 54).

2.1.1.3. X Kuşağı (1965-1979)

1965 ile 1979 yılları arasında doğan bireyler, X kuşağı olarak sınıflandırılmaktadır (Kyles, 2005, s. 54). Bu dönemde, Dünya üzerinde yaşanan petrol krizleri ve ekonomik problemler, Türkiye’de ise 1960’larda hissedilmeye başlanan ve giderek artan siyasi çatışmalar, farklı bölgelerde ortaya çıkan üniversite olayları ve 68 kuşağının varlığı gibi olaylar X Kuşağı üzerinde önemli etkiler bırakmıştır (Berkup, 2015, s. 127). X Kuşağı, değişen dünyanın dinamikleri ile baş etmek zorunda kalan, olabildiğince kanaatkâr, toplumcu, sadık ve idealist bir kuşak olmakla birlikte, doğdukları dönemde dünyanın önemli değişim ve dönüşümler yaşamaya başlamasından dolayı “Geçiş Dönemi Kuşağı” olarak da adlandırılmaktadır (Senbir, 2004, s. 24). Bu kuşak, bilgisayarların yaygın kullanımına, uzay mekiği Challenger felaketine, Amerikan şirketlerinin küçülmesine, Sovyetler Birliği’nin çöküşüne, müzik kanalı MTV’nin yükselişine, Susam Sokağı’na ve video oyunlarına tanık olmuştur (Mahoney, 2015, s. 12-13). Ayrıca bu dönemde, kadınlar iş dünyasına katılmış ve “daha az çocuk, daha iyi yaşam” felsefesini benimsemişlerdir (Mengi 2009’dan aktaran Başgöze ve Bayar, 2015, s. 123).

Dünya çapında yaşanan gelişmelerin etkisiyle kuşaklar arasında küresel düşünebilen ilk kuşak olan X Kuşağı üyeleri, önceki kuşaklara göre anne-babalarının ilgisinden daha uzak büyüyen çocuklar oldukları için daha özgüvenlidirler (Berkup, 2015, s. 82). Bu kuşak, tarihteki en eğitilmiş, bilgi ve teknoloji ile barışık, kendine güvenen, bağımsız, girişimci, amaç odaklı, pragmatik (faydacı) ve şüpheli özelliklere sahip kuşak olarak belirtilmektedir (Jianrui, 2011, s. 56; Lissitsa ve Kol, 2016, s. 304). X kuşağı kendinden önceki kuşakların geleneksel değerlerine güvenmemektedir. Kinizmi ve şüpheliği benimseyen bu kuşak sorgulamayı sevmekte ve değişen koşulları memnuniyetle kabul etmektedir (McIntosh-Elkins, McRitchie ve Scoones, 2007, s. 242).

X kuşağında yer alan bireyler, ekonomik ve sosyal açıdan belirsizlik ortamında yetişmiştir (Lissitsa ve Kol, 2016, s. 305). Bireyler, ekonomik açıdan mücadelenin verildiği, boşanma oranlarının arttığı ve ebeveynleri çalışan çocukların artış gösterdiği bir dönemde yetişmiş ve temel değerleri bu ortamdan etkilenmiştir. Bu ortam; farklılık, küresel düşünme, denge, teknolojiyi kullanma, eğlence, resmiyet, kendine güven ve

pragmatik (faydacı) olma gibi temel değerlerin gelişmesine katkı sağlamıştır (Salahuddin, 2010, s. 3).

İş-yaşam dengesine önem veren bu kuşak, Bebek Patlaması kuşağının “çalışmak için yaşamak” sloganı yerine “yaşamak için çalışmak” sloganını benimsemiştir (Demirkaya vd., 2015, s. 192). Yaşamlarının genel yapısına bakıldığında eğlenceyi seven ve “anı yaşa” ilkesini benimseyen bu kuşağın üyeleri, işkolik ebeveynlerinden sonra eğlence sever yapıları nedeniyle tembel ve miskin olarak tanımlanmıştır (Berkup, 2015, s. 83). Erken yaşlarda finansal sorumluluk ile tanışan bu kuşak üyeleri, önceki kuşaklara göre ailelerinin sorumluluğunu daha çabuk üstlenmiştir (Raines, 2002’den aktaran Toruntay, 2011, s. 73). Bu kuşak üyelerinin yalnız kalarak yetişmeleri ve ebeveynlerinin sürekli işte bulunmaları işe bakış açılarını da etkilemiştir. Bu kuşağa göre iş yalnızca mücadele yeri olmamalı aynı zamanda eğlence de içermelidir. Bu bireylere göre iş sıkıcı bir hale gelmemeli ve insanları sürekli para için mücadele eden bireylere dönüştürmemelidir (Baran, 2014, s. 10).

2.1.1.4. Y Kuşağı (1980-1999)

Diğer kuşaklara göre teknoloji ile daha yakın olan Y kuşağı, 1980-1999 yılları arasında doğan bireyleri kapsamaktadır (Kapoor ve Solomon, 2011, s. 310). Y Kuşağı, ekonomik açıdan istikrarlı ve politik açıdan huzurlu bir dönemde yetişmiştir. Diğer kuşaklara göre eğitilmiş ve kültürel çeşitliliğin fazla olduğu bir kuşaktır (Ng vd., 2016, s. 55). Y kuşağında yer alan bireyler; kadınlar için iş imkânlarının çeşitli olduğu, çift gelirli hanelerin standartlaştığı, farklı aile tiplerinin görülmeye başlandığı, sosyal farkındalığın arttığı, etnik ve kültürel çeşitliliğe saygı duyulduğu, evde ve okulda bilgisayarların bulunduğu bir dönemde gelişmiştir (William ve Page, 2011, s. 44). Türkiye’de 1980 sonrası olarak ifade edilen Y kuşağı, bilgisayarın ve GSM teknolojilerinin ortaya çıktığı, teknoloji dostu, bireysel, rahat ve küreselleşmeye başlayan dönemin bireylerinden oluşmaktadır (Senbir, 2004, s. 25). 1980’li yılların başında endüstri toplumundan bilgi toplumuna geçilmesi, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin iletişime etkileri, küreselleşme ve dijital bir toplumun oluşması bu kuşağı değerler ve davranışlar açısından kendinden önceki kuşaklardan farklı kılmaktadır (Aydın, 2013, s. 34).

Y kuşağının genel karakteristik özelliklerinin belirlenmesinde, küreselleşme ve teknoloji boyutları iki önemli etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kuşak, otoriteyi sorgulamanın rutin, bir konuyu araştırmanın hızlı ve basit olduğu bir dünyada

yaşamaktadır (Baran, 2014, s. 12). Y Kuşağı'nın temel değerleri, X Kuşağı'na benzemekle birlikte Sessiz Kuşak ile Bebek Patlaması Kuşağı'ndan farklıdır. Bu kuşağın temel değerleri; iyimserlik, vatandaşlık görevi, kendine güven, başarı, sosyallik, ahlak, hayatı öğrenme ve çeşitlilik şeklinde sıralanabilir (Salahuddin, 2010, s. 3). Y kuşağı üyelerinin, ebeveynlerine göre daha güvenilir, hoşgörülü ve seyahat sever yapıda olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, bu kuşaktaki bireyler sosyal sorumluluk projelerine karşı duyarlıdır ve sosyal sorumluluğa önem veren şirketleri desteklemektedir (Valentine ve Powers, 2013, s. 598). Dünyayı daha yaşanılabilir bir yer haline getirmek amacıyla çaba gösteren Y Kuşağındaki bireyler, ihtiyaç sahiplerine yardım etme, çevreye destek olma gibi konularda sosyal bilince sahip kişilerden oluşmaktadır (Berkup, 2015, s. 96).

Y kuşağına ilişkin diğer özelliklere göre bu bireyler, bağımsız, kendine güvenen, çeşitli durumlara uyum sağlayabilen, çoklu görevler üstlenebilen bireylerin oluşturduğu ve etnik çeşitliliğin fazla olduğu bir kuşaktır (Anantatmula ve Shrivastav, 2012, s. 12). Teknoloji ve bilgi çağında büyüyen bu kuşak üyeleri, yeniliklere ve değişimlere açıktır. Bu kuşakta yer alan bireylerin, kendilerini “özgür ruhlar” olarak tanımladığı ve bu kuşağın yüksek eğitilmiş özellikleriyle daha önceki kuşaklarda görülmeyen bir çeşitliliğe sahip olduğu görülmektedir (Aka, 2018, s. 121). Farklı etnikler ve kültürler ile günlük etkileşimi yüksek olan bu kuşak üyeleri önceki kuşaklara göre daha fazla kültürel zenginliğe sahiptir (Toruntay, 2011, s. 77). Bu kuşaktaki bireylerin küresel bir dünyada yetişmesi, küresel düşünebilen bireyler olmalarına katkı sağlamıştır. Küresel bakış açıları sayesinde farklılıklara daha anlayışla yaklaşan bu bireyler, kendilerinden başka ırklara, etnik kökenlere, kültürel değerlere, cinsiyetlere ve cinsel tercihlere karşı saygılı bir davranış sergilemektedir (Berkup, 2015, s. 96).

Y kuşağının yukarıda belirtilen olumlu özelliklerinin yanı sıra olumsuz özelliklerinin de olduğu görülmektedir. Y kuşağı, sabretmeyi ve beklemeyi sevmemektedir. İyi koşullarda büyüyen Y kuşağı, kendisinden önceki kuşaklarda görülen yokluk durumunu yaşamadığı için fazla sabırlı olamadığı görülmektedir. Bu durum, Y kuşağına ilişkin bir dezavantaj olarak göze çarpmaktadır (İzmirlioğlu, 2008, s. 46). Ayrıca bu kuşakta yer alan bireylerin önceki kuşaklara göre yüksek derecede kendini seven, kaygı ve depresyon eğilimleri fazla olan, sosyal onay konusunda daha az istekli ve dış kontrol odağı güçlü olan bir yapıya sahip olduğu tespit edilmiştir (Real, Mitnick ve Maloney, 2010, s. 304).

2.1.1.5. Z Kuşığı (2000 ve 2020)

Z kuşığı, 2000-2020 yılları arasında dünyaya gelen veya gelecek olan bireyleri kapsayan kuşaktır (Adıgüzel vd., 2014, s. 174). Bu kuşığı diğer kuşaklardan ayıran en önemli farklılık, değişimin çok hızlı ve kırılmalar şeklinde yaşandığı bir döneme tanıklık etmeleri ve daha doğmadan önce özellikleri tanımlanabilen ilk kuşak olmalarıdır (Altıntuğ, 2012, s. 206). Söz konusu yıllarda, Türkiye'nin nüfus, sağlık, eğitim ve gelir kategorilerindeki veriler, Z kuşağının önceki kuşaklara göre her açıdan daha gelişmiş bir dönemde dünyaya geldiklerini göstermektedir (Ayhün, 2013, s. 103). Hırslı olan ve materyalist düşüncelerle hareket eden Z kuşığı, önceki kuşaklara göre bilgiyi daha çabuk yorumlayabilmektedir (Çetin ve Karalar, 2016, s. 161). Bu kuşağın, teknoloji sayesinde bilgiye ulaşma kapasiteleri daha yüksektir. Erken yaşta eğitim almaya başlayan Z kuşığı daha hızlı zihinsel gelişim göstermektedir. X ve Y kuşaklarına göre bireysellik davranışının daha kuvvetli olduğu ifade edilmektedir (Taş, Demirdöğmez ve Küçüköğlü, 2017, s. 1036).

2000 yılı ve sonrası doğan bireyler kapsamında sınıflandırılan Z kuşığı, teknoloji ile iç içe olan, daha bireysel, yaratıcı, sonuç odaklı, güvenilir ve tatminsiz bir kuşaktır. Yeterli olanağa sahip olmaları ve eğlenceyi erteleme konusunda yaşadıkları güçlük, bireylerin başarılı olmalarındaki en önemli engel olarak değerlendirilmektedir (Yelkikalan, Akatay ve Altın, 2010, s. 502). Berkup (2014, s. 223), Z kuşağının en belirgin özelliklerini; güvenilirlik, özgürlük, bireysellik, teknolojiye bağımlılık ve hız olarak tanımlamaktadır. Z kuşığı, sosyal olarak bilinçli, teknolojik açıdan bilgili, yenilikçi ve kalıcı olarak değişim arayışında olan bireyleri kapsamaktadır. Bu bireylerin, hoşgörülü ve kendilerine güvenen bir yapıları olduğu ifade edilmektedir (Chaney, Touzani ve Ben Slimane, 2017, s. 182). Günümüzde hemen hemen her alanda kullanılan internet, Z kuşığı için de oldukça önemli unsurlardan biri haline gelmiştir. Ayrıca bu kuşak, özgünlüğe (otantikliğe) ve gerçekliğe değer vermekte ve akranları tarafından kabul görmeyi önemsemekte ve ait olma ihtiyacı duymaktadır (Güngör, 2018, s. 52).

Gelecek dönemlerde Z kuşağının, gelirleri yüksek, birden fazla diplomaya sahip, birçok alanda uzman, buluş yapmaya istekli olan, internet sayesinde coğrafi sınırları yok sayan, kadın-erkek sosyal rollerinde değişim yaşayan, yalnız yaşama eğiliminde olan bireylerden oluşacağı düşünülmektedir (İzmirlioğlu, 2008, s. 50; Yelkikalan vd., 2010, s. 502). Ayrıca, bu kuşak üyelerinin, ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik

dönüşümler neticesinde, tüketim kararları ve davranışları üzerinde de farklılıklar ortaya çıkmıştır. Bu farklılıklar sonucunda diğer kuşakların yaratmış olduğu pazarlama ve tüketim alışkanlıklarını değiştirecekleri ve geleceğin tüketici profilini şekillendirecekleri öngörülmektedir (Altuntuğ, 2012, s. 206).

Sessiz kuşağın, yaş aralığı itibarıyla turizme nadir katıldığı, Z kuşağının ise ekonomik açıdan satın alma gücünün yetersiz olduğu, satın alma sürecinde ailesine bağımlı olduğu düşünüldüğü için bu kuşaklar çalışmaya dâhil edilmemiştir. Çalışma kapsamında, turizme aktif katılım gösterdiği düşünülen Bebek Patlaması, X ve Y kuşakları ele alınmıştır.

2.2. Yavaş Hareketi (Slow Movement)

Bugünün dünyasının, küreselleşmenin etkisiyle büyük değişime uğradığı söylenebilir. Ekonomik ve kültürel unsurlar, teknoloji alanındaki büyük gelişmeler ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması küresel dünyayı ortaya çıkarmıştır (Ünal ve Zavalı, 2016, s. 894). Bugünün dünyası “küresel bir köy” olarak tanımlanmaktadır. Tanımlanan bu köyde, insanların birbiri ile iletişim kurması, alışveriş yapması bu köye ait gelenek ve göreneklerin herkes tarafından bilinmesi ve gündelik hayatın hemen hemen herkes için aynı süreçleri içermesi gibi küresel anlamda bir aynılıktan söz edilmektedir (Özmen, Birsen ve Birsen, 2016, s. 39).

Ekonomik ve kültürel değerlerin özgürce yayıldığı küresel dünyada hız kavramı, sanayi devrimi ile birlikte yaşamın her alanında yer alan iletişim araçları ve teknolojiadaki gelişmeler sonucunda insan yaşamı için önemli bir faktör haline gelmiştir (Öztürk, 2012, s. 8). Günümüzde ekonomik, politik ve kültürel düzeyde gerçekleşen değişim süreci, küresel işletmeleri ortaya çıkarmış ve bu işletmelere ürünlerini tüm dünyaya yayma olanağı tanımıştır. İşletmelerin, ürünlerin, marka adlarının ve tüketim kalıplarının ülkeler ve kıtalar arasında yayılması ise homojenleşme süreci olarak görülmektedir (Nilsson, Svard, Widarsson ve Wirell, 2011, s. 373). Ulaşım ve iletişim araçları ile teknolojinin gelişmesi, ülkeler arası ilişkileri geliştirerek ekonominin, kültürün ve sosyal hayatın giderek homojenleşmesine neden olmuştur (Özmen vd., 2016, s. 39). Uluslararası turizm de dâhil olmak üzere bu küresel süreçler, yerel düzeyde ekonomik hayatı giderek daha fazla etkilemekte ve bir yere özgü farklılıkların ve özelliklerin önemini yitirmesine neden olmaktadır. McDonald's, Starbucks, Levis' gibi hızlı toplum anlayışının simgesi haline gelen ürünlerin yerel piyasalara sunulması,

yerel ürünleri ve yerel kültürleri tehdit eder duruma gelmiştir (Yurtseven, Kaya ve Harman, 2010, s. 3).

Küreselleşme ile birlikte, insan yaşamı daha hızlı bir hale gelmiştir. Günümüzde, insanların her konuda daha hızlı olmak için çaba göstermesi sonucu bir çeşit hız tutkununa dönüştükleri görülmektedir (Güven, 2011, s. 113). Küreselleşmenin ortaya çıkardığı hızlı çalışma, hızlı tüketme, hızlı seyahat etme gibi davranışlar nedeniyle yaşamın hızlanması, günümüz insan yaşamının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Özgürel ve Avcıkurt, 2018, s. 570). Hızın tam tersi olan yavaşlık kavramı ise, var olan bu yapıyı insanlar lehine çevirebilecek alternatif bir yaklaşım sunmaktadır. Diğer bir ifade ile yavaşlığın temeli, önem taşıyan faaliyetler için zaman ayırmak ile ilgilidir (Parkins, 2004, s. 363).

Yavaş hareketinin odak noktasının “yavaşlık” kavramı ile ilişkili olduğu söylenebilir. Honore’a (2008, s. 14) göre, “hızlı” kavramı, meşgul, kontrol eden, saldırgan, aceleci, analitik, stresli, yüzeysel, sabırsız, aktif, miktarı kalitenin üzerinde gözetken anlamında kullanılırken, “yavaş” kavramı ise tam tersi bir şekilde; sakin, dikkatli, açık, sessiz, sezgisel, telaşlı olmayan, sabırlı, düşünceli ve kalitenin miktardan daha üstün tutulduğu durumları ifade etmektedir. Ayrıca, yavaş hareketinin insanlarla, kültürle, işle, yemekle ve diğer faaliyetlerle gerçek ve anlamlı bağlar kurmak ile ilgili olduğunu belirtmektedir. Yavaşlık ile ilgili temel yanlış ise, bu kavramı bir felsefe kapsamında ele almak yerine sözcük anlamı ile değerlendirmektir. Yavaş felsefesi, hızlı yaşamın egemen olduğu günümüz dünyasında iyi bir yaşama kavuşmak amacıyla dengeyi öneren bir görüşü içermektedir. Şöyle ki; hızlı hareket edilmesi gereken durumlarda hızlanmayı, yavaş davranılması gereken durumlarda ise yavaşlamayı önermektedir. Bu davranış biçimi, gerçekleştirilen faaliyetleri doğru hızda yaşamak ile ilgilidir (Honore, 2008, s. 15). Yavaş yaşam, günün her saatinde sürekli çalışmak yerine, yeri geldiğinde boş vakit geçirmenin huzurunu ve özgürlüğünü yaşamayı, bireylerin kendilerine zaman ayırmasını ve böylece yaşanan hayata değer katmayı ifade etmektedir (Ak, 2017, s. 886). İnsanların, yavaşlık kavramını kendi yaşamlarına dâhil ettiklerinde hayatın her alanında kaliteli bir yaşam sürerek hayatı sakin bir şekilde yaşayacağı belirtilmektedir (Yılmaz, 2016, s. 32).

Hızlı ve yavaş yaklaşımları arasında birtakım farklar söz konusudur. Bu farklılıklara, Tablo 2.1.’de yer verilmiştir. Tablo 2.1.’de görüleceği üzere hızlı yaklaşım, endüstriye önem veren, standart, homojen ve kurumsal özelliklere sahip olan bir

yaklaşımıdır. Yavaş akımın ise, zanaata önem veren, kişiye özel, özgün ve halk destekli olan bir yaklaşım olduğu görülmektedir. Ayrıca, hızlı yaklaşımın kaliteyi düşürdüğü, yerel tarihe ve kültüre duyarsız kaldığı ve sürdürülebilirliği sağlayamadığı belirtilmektedir. Yavaş akımın ise kaliteyi yükselttiği, yerel tarihe ve kültüre karşı duyarlı olduğu ve sürdürülebilirliğe önem verdiği görülmektedir.

Tablo 2.1. Hızlı ve yavaş yaklaşımlarının karşılaştırılması (Knox ve Mayer, 2009, s. 35)

Yaklaşımlar	Hızlı	Yavaş
Özellikler	Homojen Tek zorunluluk Eşit olmayan Endüstriyel Standart Kurumsal/ Şirket Destekli Sürdürülemez Kopyalanmış Düşük kalite Çoğaltılabilir Yerel tarih ve kültüre duyarsız	Kişiye özgü Çoklu zorunluluk Eşit Zanaat/ El işi Özel Halk destekli Sürdürülebilir Otantik/Özgün Yüksek kalite Kişiye özgü Yerel tarih ve kültüre duyarlı
Örnekler	Mega Kent Projeleri Ağır Endüstrileşme/ Hava kirliliği Endüstriyel gıda sistemleri	Toplum ekonomik gelişimi Yavaş şehirler Yavaş yemek

Yavaş hareketi, küreselleşmenin olumsuz etkilerini olabildiğince azaltmak, yerel kültürü ve yerel geçim kaynaklarını korumak ve bunları yaparken sürdürülebilir uygulamalara önem vererek çevreyi gözetmek neticesinde ortaya çıkmıştır (Tekin, 2018, s. 99). Yavaş hareketi, dünyada üzerindeki bölgelere ait yerel kültürün korunmasını ve sahip çıkılmasını savunmakta ve özgünlüğü ve küreselleşmenin olumsuz etkilerini vurgulamaktadır. Hızlı yaşama karşı bir reaksiyon olarak gelişen

yavaş hareketi, zamanı yavaşlatarak, sürekli saate bakmaktan ve aceleden kaçınarak, yaşam kalitesini yükseltmeyi amaçlayan hareketleri kapsamaktadır (Olgun, 2016, s. 5).

2.2.1. Yavaş Yemek (Slow Food)

Yavaş yemek hareketi, ilk olarak 1986 yılında İtalyan gurme Carlo Petrini tarafından McDonald's restoranının açılmasına bir tepki olarak Roma'da bulunan İspanyol Merdivenleri'nde (PiazzadiSpagna) başlatılmıştır (Jones, Shears, Hillier, Comfort ve Lowell, 2003, s. 298). Bu süreçte, Carlo Petrini'nin önderliğinde bir grup İtalyan entelektüel, İspanyol Merdivenleri'nde yoldan geçen Romalılara ve yabancı turistlere geleneksel İtalyan yemekleri ikram etmiştir. Bu hareketin amacı, yalnızca McDonalds'ı protesto etmek değil, aynı zamanda kitlesel olarak üretilen küresel yemeğe karşı bir alternatif sunmaktır (Nilsson, Svard, Widarsson ve Wirell, 2011, s. 374). Yavaş yemek hareketine ilişkin ilk organizasyon ise, Arjantin, Avusturya, Brezilya, Danimarka, Fransa, Almanya, Hollanda, Macaristan, İtalya, Japonya, İspanya, İsveç, İsviçre, Amerika Birleşik Devletleri ve Venezüella'dan oluşan 15 üye ülkenin delegeleri tarafından Paris Opéra Comique'de Yavaş Yemek Manifestosu'nun (SlowFood Manifesto) imzalanmasıyla faaliyetlerine 9 Kasım 1989'da başlamıştır (Güven, 2011, s. 114).

Hızlı yemek tarafından yapılamayan faaliyetleri gerçekleştirme amacı taşıyan yavaş yemek hareketi; taze, yerel, mevsimlik ürünleri, geçmişten günümüze gelen yemek tarifleriyle pişirilmiş lezzetleri, aile bireyleri, yakın dost ve çevreyle birlikte tadına vararak yemeyi sunmaktadır (Sırım, 2012, s. 121). Yavaş yemek hareketinin felsefesine göre, kültürün kendine özgü önemli özelliklerini geleneksel ürünler ve bölgesel mutfaklar oluşturmaktadır. Dolayısıyla, zengin bir kültürel "mirası" temsil etmeleri nedeniyle bu özelliklerin korunması gerekmektedir (Miele ve Murdoch, 2002, s. 318).

Yavaş yemek hareketi fastfood kültürünün hızla gelişmesine, yerel yemek geleneklerinin yok olmasına, insanların tükettiği yiyeceklerin nereden geldiği, tadının nasıl olduğu ve yemek seçimlerinin dünya ekonomisini nasıl etkilediği konusundaki ilgisizliğine karşı kurulmuş ve gönüllü üyelerin bulunduğu kâr amacı gütmeyen bir organizasyondur (Buiatti, 2011, s. 93). Yavaş Yemek Organizasyonu'nun temelini ise, convivia (yerel topluluklar) oluşturmaktadır. Convivia (yerel topluluklar), yerel ürünleri ve gelenekleri teşvik etmek, geleneksel yemek pişirme ve yeme faaliyetlerine katılmak, yavaş yemek felsefesini yaymak ve eğlenmek amacıyla düzenli buluşan yavaş yemek

üye gruplarıdır (Jones vd., 2003, s. 298). Yavaş yemek hareketinin yerel bir birimi olan convivium (çoğulu convivium), tat eğitimi için eğitim içeren etkinlikler düzenlemektedir (Miele, 2008, s. 139).

Yavaş yemek kapsamında tat alma konusu, önemli bir insan hakkı olarak kabul edilmektedir. Bu hakkın korunması basit bir ilke gibi görünse de, lezzetin yanı sıra usta yemeklerin ve yerel geleneklerin korunması, sürdürülebilir tarımın teşvik edilmesi, insanların yemek kalitesi konusunda eğitilmesi ve yavaş yaşamdan keyif alınmasını içermektedir (Ak, 2017, s. 887). Bu doğrultuda, yavaş yemek hareketinin amaçlarını ise, geleneksel yemeklere sahip çıkarak “tatma hakkını” korumak, tat eğitimlerini ve yemek yeme zevkinin farkındalığını arttırmak ve geleneksel tarım yöntemlerini ve tekniklerini dikkate almak oluşturmaktadır (Mayer ve Knox, 2006, s. 326).

Yavaş yemek hareketi kapsamında kaliteli bir yemeğin, “iyi (good), temiz (clean) ve adil (fair)” olmak üzere üç ilkeyi de karşılaması gerektiği ifade edilmektedir (Petrini, 2007, s. 139). Her bir ilkenin eşit derecede önemli olduğu ve hiçbirinin göz ardı edilemeyeceği belirtilmektedir. İyi olma ilkesi, ürünün biyolojik ve duygusal açıdan değerli olması anlamına gelmektedir. Temiz ilkesi, bir ürünün biyoçeşitliliğe saygı göstermesi ve sağlıklı içeriklere sahip olması ile birlikte eko sisteme ve toprağa zarar vermeyecek teknikler kullanılarak üretilmesi anlamına gelen sürdürülebilirliği ifade etmektedir. Adil ilkesi ise sosyal sürdürülebilirliği içermektedir. Bu ilkeye göre, yiyecekler etik olarak sürdürülebilir olmalı, üretim yöntemleri üreticileri korumalı ve fiyatlar yalnızca tüketiciler için değil, aynı zamanda hayatta kalmaları üretim sürecine bağlı olan gerçek üreticiler için de uygun olmalıdır (Petrini, 2007, s. 139).

Yavaş yemek yaklaşımı, kaliteli yemek amacının yanı sıra küreselleşme, obezite, besin kıtlığı, küçük çiftçilerin yoksullaştırılması ve gıda sisteminin çevresel sonuçlarına ilişkin endişelerini de ele alarak (Berkley, 2012, s. 684) ekonomi, eşitlik ve çevreden oluşan üç sürdürülebilirlik unsurunu birleştirmeyi hedeflemektedir (Mayer ve Knox, 2006, s. 325). Yerel tüketim uygulamaları sayesinde küçük çiftçileri ve yerel işletme sahiplerini destekleyecek “bilinçli bir tüketici” yaratmaya odaklanarak yerel üreticilerin gelir elde etmesini sağlamaktadır. Böylelikle ekonomi ile birlikte eşitlik unsurunu da uygulanabilmektedir. Çevresel unsur ise, genetiği değiştirilmiş ürünlerin yarattığı tehlikeler ve biyoçeşitlilik üzerindeki tehditlere ilişkin farkındalığı arttırarak organik tarım yoluyla sağlıklı üretime teşvik edilmesidir (Mayer ve Knox, 2006, s. 325).

Yavaş Yemek Organizasyonu, gastronomi geleneklerinin ve biyolojik çeşitliliğin korunmasını, küçük ölçekli üreticilerin kendi arasında ve tüketiciler ile bir ağ oluşturulmasını, tüketicinin yiyecek, tat, beslenme ve çevre hakkındaki bilgilerinin geliştirilmesini amaçlamaktadır (Nilsson, Svård, Widarsson ve Wirell, 2011, s. 374). Belirtilen bu amaçlara ulaşabilmek amacıyla, Yavaş Yemek Organizasyonu bünyesinde Slow Food Biyoçeşitlilik Vakfı'nı (Slow Food Foundation for Biodiversity), Terra Madre Ağı'nı ve Gastronomi Bilimleri Üniversitesi'ni (The University of Gastronomic Sciences) bulundurmaktadır (Slow Food, 2018). Kurulan bu birimlere ilişkin bilgilere ileren paragraflarda yer verilmektedir.

Yavaş Yemek Organizasyonu bünyesinde ilk birim olan Slow Food Biyoçeşitlilik Vakfı, 2003 yılında gıda biyolojik çeşitliliğini ve geleneklerini korumak ve sürdürülebilir tarımı desteklemek amacıyla İtalya'nın Floransa şehrinde kurulmuştur. Bu vakfın, Ark of Taste (Lezzet Sandığı/Nuh'un Ambarı), Presidia ve Earth Markets (Yeryüzü Pazarları) gibi dünya genelinde biyolojik gıda çeşitliliği korumaya yönelik önemli projeleri bulunmaktadır (Hall, 2012, s. 105). Bu projelerden biri olan Lezzet Sandığı projesi, tükenmek üzere olan meyve, sebze ve geleneksel ürünlerin kataloglanması ve tanıtılması yoluyla korunmasını amaçlamaktadır. Bir ürünün Lezzet Sandığı kataloğuna dâhil olması için çevresel, sosyo-ekonomik ve tarihsel olarak belirli bir bölgeye özgü olması, yerel malzemelerin ve yerel tekniklerin kullanılması, küçük üreticiler tarafından sınırlı miktarda üretilmesi ve yok olma tehlikesi altında olması gerekmektedir (Mayer ve Knox, 2006, s. 327).

Slow Food Biyoçeşitlilik Vakfı'nın bir diğer projesi olan Presidia, tanıtım çalışmaları, üretimin dengelenmesi ve sıkı üretim standartlarının oluşturulması aracılığıyla tarımın daha ekonomik hale getirilmesini ve çiftçilerle birlikte çalışarak yok olma tehlikesi altında olan ürünlerin kurtarılmasını amaçlamaktadır (Lotti, 2010, s. 72). Lezzet Sandığı'nın bir çalışma kolu olarak faaliyetlerini sürdüren ve üreticilere odaklanan Presidia projesi, çalışmalarının ekonomik olarak uygulanabilirliğini sağlamak amacıyla üretim ve pazarlama teknikleri geliştiren ve tek bir ürün üreticisi grubuna odaklanan yerel projelerdir (Buiatti, 2011, s. 95). Presidia, yok olma tehlikesiyle karşı karşıya olan ürünler için kaliteli üretime devam eden, eşsiz bölgeleri ve ekosistemleri koruyan, geleneksel üretim yöntemlerine teşvik eden ve yerel bitki çeşitlerini koruyan bir projedir (Buiatti, 2011, s. 95). Slow Food Biyoçeşitlilik Vakfı'nın biyolojik gıda çeşitliliğini korumaya yönelik projelerinden biri olan Yeryüzü Pazarları

projesi ise, yavaş yemek felsefesine uyan çiftçilerin oluşturduğu uluslararası bir ağıdır. Yerel üretimi ve yerel ürünleri desteklemekte ve kaliteli ürünleri doğrudan üreticisinden satın alma olanağı sağlamaktadır. Kaliteli yemeğin unsurlarından olan iyi, temiz ve adil ürünler sunmakla birlikte, yerel ekonomiyi destekleyen üreticiler ve tüketiciler için adil fiyatlar sağlamaktadır (Paksoy ve Özdemir, 2014, s. 1515).

Yavaş Yemek Organizasyonu bünyesinde bulunan bir diğer birim ise, 2004 yılında İtalya'nın Torino şehrinde kurulan ve gıda üretiminin aktif üyelerini ve dağıtım zincirlerini birleştirerek sürdürülebilir tarım, balıkçılık ve gıda üretimini yaymayı amaçlayan Terra Madre Ağı'dır. Bu ağ, küçük ölçekli çiftçileri, hayvan yetiştiricilerini, balıkçıları, gıda zanaatkarlarını, aşçıları, tüketicileri, akademisyenleri ve gençlik gruplarını kapsamaktadır. TerraMadre Ağı, yerel, bölgesel veya ulusal toplantıların yanı sıra her iki yılda bir Torino'da düzenlenen küresel bir toplantıyla da bir araya gelmektedir (Paksoy ve Özdemir, 2014, s. 1513).

Yavaş Yemek Organizasyonu kapsamında 2004 yılında İtalya'da kurulan ve özel bir kurum olan Gastronomi Bilimleri Üniversitesi ise, gastronominin yeni tanımını temel alan bir eğitim ve öğretim projesi sunarak, gıda araştırmaları alanında akademik bir güvenilirlik sağlamaktadır (Tencati ve Zsolnai, 2012, s. 350). Gastronomi Bilimleri Üniversitesi'nin web sitesine göre üniversitenin amaçları, tarım metotlarını yenilemek, biyoçeşitliliği korumak ve gastronomi ile tarımsal bilim arasında organik bir ilişki yaratmak üzerine çalışan insanlar için uluslararası araştırma ve eğitim merkezi olmaktır.

2.2.2. Yavaş Şehir (Slow City/Cittaslow)

Yavaş şehir, küreselleşmenin, şehirlerin dokusunu, sakinliklerini ve yaşam tarzını standartlaştırmasını ve yerel özelliklerini ortadan kaldırmasını engellemek amacıyla yavaş yemek hareketinden ortaya çıkan bir şehirler birliği olarak tanımlanmaktadır (Keskin, 2012, s. 85). Bu birlik, yavaş yemek felsefesinin küçük şehirlerin tasarım ve planlanmasında kullanılmasını amaçlamaktadır (Miele, 2008, s. 136). Küreselleşme bağlamında yavaş şehir hareketi, yerel ayırt ediciliği vurgulayarak yerel yaşam kalitesini iyileştirmeyi hedeflemektedir (Pink, 2008, s.97). Buna ek olarak, şehirlerin yönetim biçimlerinin, yerel yemeklere, gelenek ve göreneklere, yerel mimari kimliğe, esnaf ve zanaatkarlara önem vererek gelişen yapıda olmasını savunmaktadır (Aydoğan, 2015, s. 33).

Yavaş Şehir Organizasyonu, Greve in Chianti'nin belediye başkanı Paolo Saturnini ve onunla birlikte hareket eden Orvieto, Bra, Positano'nun belediye başkanları

ve Slow Food'un kurucusu Carlo Petrini tarafından 1999 yılında kurulmuştur (Radstrom, 2011, s. 91). Bu hareketin ilk bildirgesinde, küreselleşmenin insanlar arasındaki iletişimi, kaynaşmayı ve değişimi kolaylaştırmasına karşılık, farklılıkların giderilerek tek bir insan modeli oluşturmaya doğru gittiği ve sonunda sıradanlığın hâkim olacağı bir düzenin yaratılacağı konusundaki endişeler dile getirilmiştir. Bu endişelerin giderilmesi, yerel değerlere sahip çıkılması, yerel değerlerin korunması ve geliştirilmesi amacıyla Yavaş Şehir kavramı çerçevesinde bir ağ oluşturulmuştur (Karadeniz, 2014, s. 86). Yavaş şehir; planlama, kentsel tasarım ve altyapı konusunda küresel kültürden kaçınarak sürdürülebilir kalkınma hedefine ulaşmak için çabalayan şehirlerin küresel bir organizasyonu veya ağıdır (Semmens ve Freeman, 2012, s. 357).

Sürdürülebilir kalkınma amacı güden şehirlerin küresel bir ağı olan yavaş şehirlerin birkaç temel amacı bulunmaktadır. Yurtseven vd.'ne (2010, s. 40) göre yavaş şehir hareketinin temel amaçları; teknolojiyi kullanarak yaşamın kaliteli ve çekilebilir olmasına olanak tanımak, bölgeye özgü değerlerle sürdürülebilir gelişmeyi sağlamak, yerel ekonomik yaşama katkı yaparak gelir adaletini sağlamak ve doğal çevreyi ve tarihi değerleri korumak olarak sıralanmaktadır. Mutdoğan (2010, s. 9) ise, yavaş şehir hareketinin üç ana ilkesi bulunduğunu ifade etmektedir. Bu ilkeler; yaşam kalitesini yükseltmek amacıyla teknolojiyi kullanmak, geçmiş değerlere, kültüre, geleneklere ve lezzetlere sahip çıkmak ve son olarak bunları yaparken doğal çevreyi korumaktır. Yavaş şehir hareketin başarısı, bu üç maddenin dengeli bir şekilde gerçekleşmesi ile sağlanabilmektedir.

Yavaş Şehir Organizasyonu, nüfusu 50.000 altında olan kentlerin üye olabildiği uluslararası bir belediyeler birliğidir. Birliğin merkezi, İtalya'nın Orvieto kentinde bulunmaktadır. Yavaş şehir olarak tanımlanmak istenen şehirlerin değerlendirilmesi bu merkez tarafından yapılmakta ve merkez, bu çerçevede temel ilkeleri içeren bir manifestoyu, yavaş şehir olarak tanımlanmak istenen şehirlerin imzalaması gereken birlik tüzüğünü, üye şehirlerin listesini, yıllık toplantı takvimlerini oluşturmaktadır (Keskin, 2010, s. 89).

Yavaş şehir olarak değerlendirilmek isteyen şehirlerin yavaş şehir olabilmesi için, Yavaş Şehir Organizasyonu tarafından belirlenen 72 ölçütü karşılaması gerekmektedir. Bu ölçütler; çevre politikaları, altyapı politikaları, kentsel yaşam kalitesi politikaları, tarımsal, turistik, esnaf ve sanatkârlara dair politikalar, misafirperverlik, farkındalık ve eğitim için planlar, sosyal uyum ve ortaklıklar olmak üzere yedi ana başlık altında

toplanmaktadır. Bu kapsamda yavaş şehir unvanına sahip olmak için gerekli olan ölçütlere Tablo 2.2.'de yer verilmektedir. Bir yıldız işareti (*) ile belirtilen ölçütler zorunlu anlamına gelirken, iki yıldız işareti (**) ile belirtilen ölçütler ise perspektif ölçütler olarak kabul edilmektedir. Perspektif ölçütler, aday kent tarafından geleceğe yönelik daha kesin ve imtiyazlı taahhütlerin benimsendiği ölçütlerden oluşmaktadır. Bu ölçütlerin gerçekleştirilmesi durumunda, yer aldıkları ölçüt başlıklarına %15 oranında puan artışı sağlamaktadır. Bu ölçütler çerçevesinde şehirlerin yaptığı çalışmalar puanlanmaktadır. Son olarak, bir şehrin Yavaş Şehir Organizasyonu'na üye olabilmesi için en az 50 puan alması gerekmektedir (Cittaslow Türkiye, 2018).

Yavaş Şehir Organizasyonu'na, yavaş şehir olabilmek amacıyla adaylık başvurusunda bulunacak olan şehirler öncelikle kendileri bir ön değerlendirme yapmalıdır. Ön değerlendirme sonucunda bu ölçütlerin en az %50'sini yerine getirip getirmediğine karar vermeli ve bir sonraki aşamada ulusal Yavaş Şehir otoritesine başvurusunu yapmalıdır. Buradan alınacak onayın ardından, İtalya'nın Orvieto kentinde merkezi bulunan Uluslararası Yavaş Şehirler Birliği'ne başvurusu iletilmektedir. Aday şehir, eğer gerekli ölçütleri yerine getirir ve karşılayacağına dair somut adımlar ile planlar sunmayı başarır, Yavaş Şehir olmaya hak kazanmaktadır (Yalçın ve Yalçın, 2013, s. 38).

Tablo 2.2. Yavaş Şehir Üyelik Ölçütleri (Cittaslow Türkiye, 2018)

1) Çevre Politikaları	• Hava temizliğinin yasa tarafından belirtilen parametrelerde olduğunun belgelenmesi *, • Su temizliğinin yasa tarafından belirtilen parametrelerde olduğunun belgelenmesi*, • Halkın içme suyu tüketiminin ulusal ortalamayla karşılaştırılması, • Kentsel katı atıkların ayrıştırılarak toplanması*, • Endüstriyel ve evsel kompostlamanın desteklenmesi, • Kentsel ya da toplu kanalizasyon için atık su arıtma tesisinin bulunması*, • Binalarda ve kamu kullanım alanlarında enerji tasarrufu, • Kamunun yenilebilir enerji kaynaklarından enerji üretimi, • Görsel kirliliğin ve trafik gürültüsünün azaltılması, • Kamusal ışık kirliliğinin azaltılması*, • Hane başına düşen elektrik enerjisi tüketimi, • Biyoçeşitliliğin korunması.
-----------------------	--

Tablo 2.2. (Devamı) Yavaş Şehir Üyelik Ölçütleri (Cittaslow Türkiye, 2018)

2) Altyapı politikaları	• Kamu binalarına bağlı verimli bisiklet yolları, • Mevcut bisiklet yollarının araç yollarıyla kilometre üzerinden karşılaştırılması*, • Metro ve otobüs durakları gibi aktarma merkezlerinde bisiklet park yerleri, • Özel taşıt kullanımına alternatif olarak eko ulaşım planlanması (elektrikli otobüs, dik yokuşlarda yürüyen merdivenler vb.) *, • Engellilere yönelik mimari engellerin kaldırılması*, • Aile hayatı ve hamile kadınlar için girişimler (kent merkezlerinde ve/veya hastanelerde hamileler için özel park yeri ayrılması gibi) *, • Sağlık hizmetlerine onaylanmış ulaşılabilirlik, • Kent merkezlerinde malların sürdürülebilir dağıtımı (tarihi kent merkezlerinde mal dağıtımı için havayı kirleten araçlar yerine elektrikli veya motorsuz taşıtlar gibi kirlilik yaratmayan taşıtların tercih edilmesi), • Şehir dışında çalışan şehir sakinlerinin oranı*.
3) Kentsel yaşam kalitesi politikaları	• Kentin direnci için planlama**, • Kente ait değerlerin iyileştirilmesi, kent merkezlerinin ve kamu binalarının değerlerinin artırılması için programlar (sokak mobilyaları, turizm levhaları, kentsel peyzaj ve bunların korunması)*, • Verimli bitkiler ve meyve ağaçları kullanılarak sosyal yeşil alanların iyileştirilmesi ve/veya oluşturulması**, • Kentselyaşanabilirliğin artırılması (kentin daha yaşanabilir olması için çalışmalar yapmak. Örnek olarak işe gidiş ve çıkış saatlerinde oluşan trafik sıkışıklığını azaltmak için okulların veya kamu kurumlarının mesai saatlerini kaydırmak. İş yerlerinde kreş açılmasını teşvik etmek de örnek verilebilir), • Marjinal alanların tekrar değerlendirilip kullanılması*, • Vatandaşlara ve turistlere yönelik interaktif hizmetlerin geliştirilmesinde bilgi ve iletişim teknolojilerinden faydalanılması*, • Sürdürülebilir mimari için hizmet masası oluşturulması (Biyomimari vb.)*, • Kentin internet ağına sahip olması (Fiber optik, kablosuz sistemler)*, • Kirleticilerin izlenmesi ve azaltılması (gürültü, elektrik sistemleri vb.)*, • Tele çalışmanın geliştirilmesi (bilgisayar bağlantısıyla evden çalışma), • Kişisel sürdürülebilir kentsel planlanmanın teşviki, • Sosyal altyapıyı desteklemek, • Kamusal sürdürülebilir kentsel planlamanın teşviki*, • Kent içindeki kullanışlı yeşil alanların verimli bitkiler ile değerlendirilmesi**, • Yerel ürünlerin ticarileşmesi için alanların yaratılması*, • Atölyelerin korunması ve değerlerinin artırılması – doğal/yerel alışveriş merkezlerinin yaratılması (tarihi kent merkezlerinde yer alan geleneksel kasap, fırın, bakkal vb. dükkânların desteklenmesi)*, • Yeşil alanlarda kullanılan beton miktarı (Metre küp olarak).

Tablo 2.2. (Devamı) Yavaş Şehir Üyelik Ölçütleri (Cittaslow Türkiye, 2018)

4) Tarımsal, turistik, esnaf ve sanatkârlara dair politikalar	• Agroekolojinin geliştirilmesi (tarımda ekolojik prensiplerin uygulanması. Bu bağlamda asıl amaç kimyasal ürünlere ve fosil yakıtlara mümkün olduğunca az bağımlı bir “agrosistem” oluşturmak)**, • El yapımı ve etiketli veya markalı esnaf/sanatkâr ürünlerinin korunması*, • Geleneksel iş tekniklerinin ve zanaatların değerinin artırılması*, • Kırsal bölgede yaşayanların hizmetlere erişimini artırarak kırsal bölgelerin değerini arttırmak (bölgedeki halkının hizmetlere ulaşımını arttırmak) *, • Kamuya ait restoranlarda (okul kantinleri, aş evleri vb.) yerel, mümkünse organik ürünlerin kullanılması*, • Kişisel kullanımda ve yemek sektöründe tat eğitimlerinin verilmesi ve mümkünse organik yerel ürünlerin kullanılmasının teşvik edilmesi*, • Yerel ve geleneksel kültürel etkinliklerin korunması ve değerlerinin artırılması*, • Otel kapasitelerin artırılması (yatak sayısının nüfusa yıllık oranının değerlendirilmesi) *, • Tarımda GDO kullanımının yasaklanması, • Önceden tarım için kullanılmış alanların kullanımı hakkındaki imar planları için yeni fikirlerin varlığı.
5) Misafirperverlik, farkındalık ve eğitim içi planlar	• İyi karşılama (kenti ziyaret edenlere yönelik çalışacak bir karşılama/tanıtım görevlisinin belirlenmesi, görevlendirilmiş kişilerin eğitimi yönlendirme levhaları, ziyaretçilere uygun altyapı olanakları ve tanıtım ofisleri gibi bu alanda çalışan noktaların mesai saatlerinin düzenlenmesi) *, • Esnafın ve operatörlerin farkındalıklarını arttırmak (fiyatların ve tarifelerin açık bir şekilde sergilenmesi) *, • Yavaş güzergâhların mevcut olması (basılı olarak veya internet sayfasında ve web üzerinde), • Önemli yönetsel kararlara tabandan tavana katılım sürecini sağlayacak aktif tekniklerin benimsenmesi, • Eğitimciler, yöneticiler ve çalışanların Cittaslow temaları hakkında sürekli eğitim görmesi**, • Sağlık eğitimleri (obezite, diyabet vb. sorunlara yönelik çalışmalar), • Yöre halkına Cittaslow’un anlamı hakkında sistematik ve kalıcı eğitim vermek*, • Cittaslow üzerine yerel yönetim ile çalışan derneklerin aktif varlığı, • Cittaslow kampanyalarının desteklenmesi*, • Cittaslow logosunun internet sayfasında ve antetli kağıt üzerinde kullanımı*.
6) Sosyal uyum	• Azınlıklara yönelik ayrımcılığa karşı çalışmalar, • Farklı etnik kökene sahip insanların aynı mahallede yaşaması, • Engelli kişilerin entegrasyonu, • Çocuk bakımının desteklenmesi, • Genç neslin istihdam durumu, • Yoksulluk, • Toplumsal ortaklıklar/sivil toplum kuruluşların mevcudiyeti, • Farklı kültürlerin entegrasyonu, • Politikaya katılım, • Belediyenin kamu konut yatırımı • Gençlik faaliyetlerinin yürütüldüğü bir alanların ve bir gençlik merkezinin mevcudiyeti.

Tablo 2.2. (Devamı) *Yavaş Şehir Üyelik Ölçütleri* (Cittaslow Türkiye, 2018)

7) Ortaklıklar	• Slowfood aktiviteleri ve kampanyaları için destek, • Doğal ve geleneksel yiyecekleri Slowfood veya diğer kurumlar ile desteklemek, • Eşleştirme projelerini desteklemek ve geliştirmekte olan ülkelerin Cittaslow ve Slowfood felsefelerinin yayılmasını da sağlayacak şekilde gelişmeleri için işbirliği yapmak.
----------------	---

Yavaş şehir üyelik ölçütlerinin, sürdürülebilirliğin üç ilkesi olan çevre, ekonomi, eşitlik/sosyal ile ilişkili olduğu görülmektedir (Mayer ve Knox, 2006, s. 328). Hava ve ışık kirliliği kontrolü, atık yönetimi ve alternatif enerji kaynakları gibi çevresel önlemler şehirlerin çevresel varlıklarını korumayı amaçlamaktadır. Bu ölçütlerden bazıları, yerel ürünlerin üretimi ve tüketimi yoluyla ekonomik büyüme ile de ilgilidir. Eşitlik ilkesi, doğrudan ölçütler listesinde ele alınmamakta ancak yerel ürünlere ve ortaya çıkan ekonomik fırsatlara odaklanarak dolaylı olarak değerlendirilmektedir (Mayer ve Knox, 2006, s. 328). Yavaş şehirler, yerel halka daha kaliteli bir yaşam sunmakta ve şehrin ekonomik anlamda gelişmesini sağlamaktadır. Yavaş şehirlerin yerel ürünlere ve üretime destek veren bir anlayışa sahip olması nedeniyle ekonomik anlamda büyüme gerçekleşmekte ve refah düzeyi artmaktadır. Yerel üretimin artması ile birlikte uzun zamandır üretimi olmayan ürünlerin tekrar piyasaya sunulması ve bu ürünlere talebin oluşması sağlanmaktadır (Mutdoğan, 2010, s. 5). Yavaş şehir hareketi, ekonomik kaynaklarını koruyan, sosyal açıdan güçlü ve çevreye duyarlı bir şehircilik anlayışına sahip olmasından dolayı sürdürülebilir şehircilik anlamına da gelmektedir (Ergüven, 2011, s. 207).

2.3. Yavaş Turizm (Slow Tourism)

Yavaş turizm kavramı, yavaş hareketinin bir uzantısı olarak ortaya çıkmıştır. Alanyazın incelendiğinde, yavaş turizmden önce yavaş seyahat kavramının kullanıldığı görülmektedir. Yavaş seyahat kavramının bilinen ilk tanımı, 2000 yılında Pauline Kenny tarafından www.slowtravel.com internet sitesinde yapılmıştır. Kenny'e göre yavaş seyahat, tek bir destinasyonda kalarak destinasyonun yakın çevresini keşfetmek için zaman ayırmak ve böylece yerel kültür ve yaşam biçimleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olmaktır. Ancak, burada destinasyona yapılan seyahat, yavaş seyahat kavramına dâhil edilmemiştir (Dickinson ve Lumsdon, 2010, s. 79).

Yavaş hareket felsefesinden ortaya çıkan yavaş turizm ve yavaş seyahat kavramlarının, alanyazında sıklıkla birbirinin yerine kullanıldığı görülmektedir. Bu

kavramlar, “yavaş turizm” (Matos, 2004) ve “yavaş seyahat” (Lumsdon ve McGrath, 2011) olarak ayrı ayrı kullanılırken, “yavaş seyahat ve turizm” (Markwell, Fullagar ve Wilson, 2012) olarak birlikte de ele alınmaktadır. Dickinson, Lumsdon ve Robbins (2011, s. 283) ise, bu iki kavramın birbirinin yerine kullanılabileceğini ifade etmektedir.

Yavaş turizm ve yavaş seyahat kavramlarının birbiri yerine kullanılması görüşüne karşıt olarak bazı araştırmacılar, bu kavramlarının birbirinden farklı olduğunu belirtmektedir (Heitmann vd., 2011; Conway and Timms, 2012; Bac, 2014). Heitmann vd. (2011), yavaş turizm kavramını tatil sırasında yapılan konaklama, destinasyonda gerçekleştirilen aktiviteler ve deneyimler olarak ele almaktadır. Yavaş seyahati ise, seyahat ederken kullanılan ulaştırma araçları ile ilişkilendirmektedir. Conway ve Timms’in (2012) çalışmasında ise, yavaş turizm ve yavaş seyahat kavramları arasındaki farklılıklar ve benzerlikler ele alınmaktadır. Araştırmacılara göre yavaş seyahat kavramı, seyahat ederken kullanılan ulaştırma araçlarına ve yolculuğun niteliğine odaklanmaktadır. Yavaş turizm ise, yavaş seyahate göre daha geniş bir kavram olmakla birlikte, turistlerin yerel paydaşlara sağladığı faydalar ile yolculuk sırasındaki ve destinasyondaki deneyimlerini ve hazlarını ilişkilendirmektedir.

Yavaş turizm ve yavaş seyahat arasındaki farklılığı ele alan bir diğer çalışmada, seyahat kavramı A noktasından (ev) B noktasına (varış destinasyonu) olan geçişi içermektedir (Bac, 2014, s. 141). Bu nedenle, yavaş seyahatin içerdiği yavaşlık kavramı ulaşım araçlarında gözlenmektedir. Yavaş turizmde yer alan yavaşlık kavramının ise, birkaç alanda uygulandığı görülmektedir. Bunlar; ulaşım, konaklama (küçük ölçekli konuk evlerinde konaklama), yemek (yavaş yemek ilkelerine saygı gösterme) ve kültürdür (yerel kültür ve gelenekler ile yakın ilişki kurma). Dolayısıyla yavaş seyahat, varış noktasına ulaşmak için kullanılan ulaşım araçlarıyla ilişkili olması açısından yavaş turizmin bir parçasıdır (Bac, 2014, s. 141). Yavaş turizm, seyahat ederken çevre dostu ve yavaş ulaşım araçlarını tercih edilmesini savunması nedeniyle (Heitmann vd., 2011, s. 119), bireyleri yavaş seyahate teşvik etmektedir (Clancy, 2012, s. 7). Diğer bir ifade ile yavaş turizmin yavaş seyahate göre daha kapsamlı bir kavram olduğu ve yavaş seyahatin yavaş turizmin bir bileşeni olduğu söylenebilir. Yavaş seyahat, araba ve uçak yolculuğu yerine, yavaş ulaşım araçlarının tercih edildiği ve çevreyi kirletmeden yapılan bir seyahat türü olarak tanımlanabilir.

Yavaş turizm kavramına ilişkin alanyazında yer alan tanımlar incelendiğinde, kavramın gelişme aşamasında olması nedeniyle evrensel olarak kabul edilen bir tanımla

bulunmamaktadır (Serdane, 2017, s. 17). Caffyn (2007), yavaş turizmi, turistlerin insanlar, yerler, kültür, yiyecek, miras ve çevre ile gerçek ve anlamlı ilişkiler kurmasını içeren bir turizm çeşidi olarak tanımlamaktadır. Dickinson, Robbins ve Lumsdon (2010, s. 482) ise yavaş turizmi, insanların daha az yolculuk yapmalarını, destinasyona daha yavaş bir şekilde seyahat etmelerini, destinasyonda daha uzun süre kalmalarını içeren ve araba ve uçak yolculuğuna alternatif olabilecek yeni bir kavram olarak tanımlamaktadır. Dickinson, Lumsdon ve Robbins (2011, s. 285) tarafından yapılan başka bir çalışmada, deneyim de ele alınarak yavaş turizm kavramı geliştirilmiştir. Araştırmacılar, çevreyi korumak için uygun ulaşım araçlarını tercih etme ile birlikte tercih edilen ulaşım türü ile ilgili olarak yolculuk sırasında ve destinasyonda önemli seyahat deneyimleri elde etmek, yavaş yiyecek ve içecekler ile ilgilenmek, tarihi ve kültürel yerleri acele etmeden keşfetmek gibi deneyimsel unsurları da yavaş turizme dâhil etmiştir. Heitmann vd.'e (2011, s. 119) göre yavaş turizm, yerel kültürlere, tarihe ve çevreye saygı duyan, sosyal sorumluluğu önemseyen, keşfetmenin, öğrenmenin ve paylaşmanın keyfine varan bir turizm şekli olarak tanımlanmaktadır.

Yavaş turizmi oluşturan bileşenler; konaklama, sağlıklı gıda, yavaş tempo, yerel kültür, huzurlu bir atmosfer ve doğal çevreye duyulan saygı olarak ele alınmaktadır (Matos, 2004, s. 96). Yavaş turizmin iki temel ilkeye uyması gerektiği belirtilmektedir. Bunlardan ilki zaman ayırma, diğeri ise belirli bir yere bağlılıktır. Zaman ayırma, doğayı farklı algılamak ve o yerin topluluğu ve kültürüyle uyum içinde yaşamak anlamına gelmektedir. Belirli bir yere bağlılık için çevreyi yalnızca görerek değil beş duyuyu kullanarak algılamak gerekmektedir. Dolayısıyla turistler, çevreyi yalnızca görmek yerine algılamak ve deneyimlemek için hızını değiştirmelidir (Matos, 2004, s. 100). Caffyn (2007) ise, yavaş turizmin ilkelerini şöyle özetlemektedir;

- Seyahat mesafesini azaltma,
- Yolculuk için ayrılan süreyi arttırma,
- Zihinsel ve fiziksel olarak yenilenme ve rahatlama,
- Yerel bölgeyi derinlemesine keşfetme,
- Yerel insanlarla, yerel kültürle ve tarih ile etkileşime girme,
- Yerel restoranlarda yemek yeme, yerel içecekleri deneme, yerel pazarlardan ve üreticilerden ürün satın alma,
- Çocuklar için yaratıcı oyunlar kurma,
- Makineleşmeyi ve teknolojiyi azaltma,

- Otantik ve kaliteli deneyimler sunma,
- Düşük karbon ayak izi ile daha sürdürülebilir bir çevre yaratma.

Yavaş turizmin ilkelerini açıklayan bir diğer çalışmada, yavaş turizmin bilinçli seçimler yapmakla ilgili olduğunu ve bir yeri tanıyabilmenin ve yolculuk sırasında manzaranın tadını çıkarabilmenin kilit noktasının yavaşlamak olduğunu vurgulanmaktadır (Gardner, 2009). Bu kapsamda, seyahat ederken yolculuğun keyifli olması için uçaktan kaçınarak yavaş ulaşım araçları tercih edilmelidir. Bununla birlikte, yavaş turizmin özünde yerel marketleri ve pazarları gezmenin, yerel insanlarla daha yakından ilgilenmenin ve yerel topluluğa bir şeyler kazandırmanın bulunduğu belirtilmektedir (Gardner, 2009).

Alanyazın incelendiğinde, yavaş turizmin sürdürülebilir kalkınma ile ilişkili olduğu görülmektedir. Matos'a (2004, s. 13) göre yavaş turizm felsefesinin temelini, sürdürülebilir kalkınma için gerekli olan sosyal, ekonomik ve çevresel sürdürülebilirlik oluşturmaktadır. Kamel, Orabi ve Taha (2016, s. 141) ise yavaş turizmin, sürdürülebilirliğin bu üç boyutuna sahip olmayı amaçladığını belirtmektedir. Sosyal sürdürülebilirlik açısından yavaş turizm, duygulara odaklanarak turistlerin destinasyona bağlılığını arttırmayı ve turistler ile yerel halk arasındaki sosyal ilişkileri geliştirmeyi amaçlamaktadır. Ekonomik sürdürülebilirlik açısından ise, konaklama, tarım, ulaştırma, el sanatları gibi farklı turizm sektörlerinde yerel halk için yeni iş olanaklarının yaratılmasına katkıda bulunarak, yerel topluluğa ekonomik faydalar sağlamaktadır. Çevresel sürdürülebilirlik açısından bakıldığında yavaş turizm, çevre dostu ürünler kullanarak ve çevreyi koruyarak çevreye maddi ve manevi faydalar sağlamaktadır (Kamel vd., 2016, s. 141).

Yavaş turizmde sürdürülebilirlik kavramının önemli olduğunu belirten Di Clemente, Hernández-Mogollón, De Salvo ve Campón-Cerro'e (2015, s. 8) göre yavaş turizm, uçak ve araba gibi yüksek derecede çevreyi kirleten ulaşım araçlarının kullanımına karşı çıkarak, yerel ve uluslararası düzeyde turizmin çevresel etkileri konusundaki endişelerine öncelik vermektedir. Ayrıca yavaş turizm, turistlerin bir destinasyonda daha fazla zaman geçirmesi amacıyla turist seyahatlerine bölgesel sınırlandırma getirerek yerel gezileri daha fazla teşvik etmektedir. Böylece turistler, bölge sakinleri ve yerel işletmecilerle daha samimi ilişkiler kurabilmekte ve yerel topluluğa ve yerel ekonomiye doğrudan faydalar sağlayabilmektedir (DiClemente vd., 2015, s. 8).

Yavaş turizm, ekonomik olarak fiziksel büyüme (nicelik) yerine nitelikli kalkınmaya önem veren “yumuşak büyüme (soft growth)” kavramını benimsemektedir (Timms ve Conway, 2012, s. 398). Sert büyüme, üretim ve tüketim seviyelerini arttırmaya odaklanarak boyut ve ölçek artışını vurgulamaktadır. Örneğin, kitle turizmi, oda ve turist sayısındaki artışa odaklandığı için sert bir büyüme göstermektedir. Yumuşak büyüme ise yerel kaynakları geliştirerek, üretim, tüketim ve nitelikli getirilerin verimlilik seviyelerini iyileştirerek yalnızca ekonomik olarak büyüme ve sermaye birikime yerine, ekonomik kalkınmayı teşvik etmektedir (Conway ve Timms, 2012, s. 73).

Yavaş turizm, destinasyonlarda kitle turizminin artan olumsuz etkilerinin bir sonucu olarak ortaya çıkan, turizm faaliyetlerinin kültürel, sosyal ve çevresel etkilerini önlemeyi veya en aza indirmeyi amaçlayan bir turizm türüdür (Kamel vd., 2016, s. 139). Bu kapsamda, yavaş turizm kitle turizminin karşıtı bir kavram olarak kabul edilmektedir (Conway ve Timms, 2010, s. 333). Yavaş turizm ve kitle turizmi arasındaki farklar Tablo 2.3.’de gösterilmektedir.

Tablo 2.3. Kitle Turizmi ve Yavaş Turizmin Karşılaştırılması (Moira, Mylonopoulos, ve Kondoudaki, 2017, s. 5; Murayama ve Parker, 2012, s. 175)

Kitle turizmi	Yavaş turizm
Acele etme	Yavaşlık
Uçak ve arabanın yaygın olarak kullanılması	Tren ve otobüs gibi alternatif araçların kullanılması
Yüksek karbon emisyonlu ulaşım	Düşük karbon emisyonlu ulaşım
Hız	Yavaş tempo
Çok sayıda turistik mekanı ziyaret	Destinasyonun yerel karakterini algılama
Verimlilik, miktar	Deneyim, kalite
Pasif turist	Aktif turist
Standartlaştırılmış tatil	Esnek tatil
Standartlaştırılmış deneyimler	Otantik deneyimler
Standartlaştırılmış yemek hizmetleri	Yerel ve geleneksel yemekler
Yer ve yerel toplulukla etkileşimden uzak	Yer ve yerel toplulukla samimi etkileşim
Ticari tesislerde veya otellerde konaklama	Küçük konaklama birimlerinde kalma
Kısa konaklama	Daha uzun konaklama
Yerel ekonomiye katkısı az	Yerel ekonomiye katkısı daha fazla
Grupla seyahat	Bireysel, aile ya da küçük arkadaş grupları ile seyahatler
Sürdürülemez tatil (paket turlar, günlük geziler)	Sürdürülebilir (eko turizm, tarım turizmi, sağlık turizmi, kültür turizmi)

Tablo 2.3.'de görüleceği üzere yavaş turizm hareketinde turistler, standartlaştırılmış paket turların aksine tatil planlarını yaparken daha esnek davranmaktadır. Yavaş turistler, yavaşlığı benimseyen, yerel yemekleri deneyimleyen, destinasyonda daha uzun süre kalıp destinasyonu daha yakından tanıyan, yerel toplulukla samimi ilişkiler kuran ve daha kaliteli deneyimler elde eden bağımsız gezginlerdir. Ayrıca, kitle turizmi sürdürülebilirliği göz ardı ederken, yavaş turizmde sürdürülebilirlik önemli bir kavram olarak ön plana çıkmaktadır.

Destinasyon ve yerel halk ile etkileşim içinde olmayan, basmakalıpların dışına çıkmayan ve aceleci olan turistlerin aksine yavaş turist, destinasyonun kendine özgü atmosferini algılamaya istekli ve öğrenmeye açıktır (Salvo, 2013, s. 132). Bu bağlamda yavaş turistlerin sahip olduğu özellikler ise şöyle sıralanabilir (Dall Aglio, 2011, s. 70; Guidelines for the Slow Tourism Italia Slovenia Programme, 2011, s. 45);

- İyi organize edilen, gidilecek güzergâhın ve gezilecek yerlerin önceden belirlendiği kitle turizmi ile ilgilenmemektedir.
- Nicelikten ziyade kaliteye odaklanmaktadır.
- Ziyaret edeceği destinasyonu seçme konusunda duyarlı olmaktadır.
- Meraklı ve destinasyonun kazandıracağı tüm deneyimlere açıktır.
- Destinasyonun kültürü ile ilgilenmeyi, yeni deneyimler elde etmeyi ve basit ilişkiler kurmayı sevmektedir.
- Turist kılavuzundan ziyade yerel insanlardan bilgi almayı tercih etmektedir. Yerel ürünler ve gelenekler hakkında bilgi edinmek için insanlarla iletişim kurmakta ve toplu taşıma araçlarını kullanarak araçtaki insanlarla etkileşime girmektedir.
- Farklı yaşam tarzlarını keşfetmeyi sevmektedir.
- Destinasyonun yerel gelenek ve göreneklerine uyarak, yerel yaşam tarzına uygun davranmaktadır.
- Çevre ve yerel halk ile yakından etkileşime girebileceği konaklama tesislerini ve hizmetleri tercih etmektedir.
- Yerel kimliği vurgulayan ve yerel esnafa katkı sağlayan ürünler satın almaktadır.
- Çevreye saygılıdır.
- Koruma altına alınan yerler konusunda dikkatli davranmaktadır.

- Yaptıkları yolculuklarda geriye hiçbir olumsuz iz bırakmamaktadır. Elektrik, su tasarrufu sağlamak ve yapıların ve hizmetlerin çevre dostu olup olmadığını sorgulamaktadır.

Alanyazın incelendiğinde, yavaş turistlerin sınıflandırıldığı görülmektedir. Dickinson ve Lumsdon (2010, s. 90), yavaş turistleri çevresel kaygılara göre “yoğun (hard) yavaş gezginler” ve “yumuşak (soft) yavaş gezginler” olmak üzere iki grupta ele almıştır. Yoğun yavaş gezginlerin, seyahat ederken asıl motivasyonlarını, çevresel kaygılar oluşturmaktadır. Bu yoğun yavaş gezginler, araba ve uçak yolculuğundan kaçınarak düşük karbonlu ulaşım türlerini tercih etmekte ve yavaş seyahati bir yaşam tarzı haline getirmektedir. Yumuşak yavaş gezginlerin asıl motivasyonları ise çevresel kaygılar değildir. Bu yavaş turistler de çevre konusunda endişe duymaktadır. Ancak bu endişeler, turizmden ziyade evde enerji tasarrufu yapma veya geri dönüşüme katkıda bulunma gibi ev temelli davranışlarda daha belirgindir (Dickinson ve Lumsdon, 2010, s. 90).

Seferihisar’da gerçekleştirilen ve yavaş turistlerin sınıflandırıldığı bir çalışmada ise yavaş turistler, “kendini adanmış yavaş turistler (dedicated slow tourists)”, “ilgili yavaş turistler (interested slow tourists)” ve “tesadüfi yavaş turistler (accidental slow tourists)” olmak üzere üç grupta ele alınmıştır (Yurtseven ve Kaya, 2011). Araştırma sonuçlarına göre kendini adanmış yavaş turistler; yavaş deneyimlere ve farklı kültürleri ve kimlikleri keşfetmeye açık bağımsız ziyaretçilerdir. Bu turistler, ziyaret ettikleri bölge ile ilgili yüksek beklentilere sahiptir. Ayrıca, eko gastronomi ile ilgilenmektedir. Eğitim düzeyi yüksek olmakla birlikte yavaş felsefesini iyi bilmekte ve iyi bir kültürel alt yapıya sahiptir. İlgili yavaş turistler; yavaşlık felsefesi ile ilgilenmekte ve kendini adanmış yavaş turistler ile arasında benzerlikler bulunmaktadır. Tesadüfi yavaş turistler ise, yavaşlık olgusunu destinasyonun turist çekme cazibesi olarak görmekte ve daha çok kitle turisti gibi davranmaktadır (Yurtseven ve Kaya, 2011, s. 94).

Alanyazında, yavaş turizmin diğer alternatif turizm çeşitlerini bünyesinde barındırdığı görülmektedir. Conway ve Timms (2010, s. 333), yavaş turizmin eko turizm, tarım turizmi, miras turizmi gibi birçok alternatif turizmin hedeflerini bir araya getirdiğini belirtmektedir. Timms ve Conway’ye (2012, s. 405) göre yavaş turizm, eko turizmin çevresel sürdürülebilirliğini, toplum temelli turizmin sosyal ve kültürel sürdürülebilirliğini ve tarım turizminin yerel ekonomik sürdürülebilirliğini içeren kapsayıcı bir alternatif modeldir. Benzer şekilde, Moira vd.’e (2017, s. 5) göre yavaş

turizm, diğer birçok alternatif turizm biçimlerini kapsayan bir kavram olarak ele alınmaktadır. Araştırmacılara göre yavaş turistler; bölgenin kültürel ve dini anıtlarını ziyaret eden (kültür turizmi veya dini turizm), yerel lezzetlerini deneyen ve bunların tarihi ve üretim teknikleri hakkında bilgi edinen (gastronomi turizmi), doğa gezileri düzenleyen (eko turizm), yürüyüş yapan, bisiklete binen, destinasyonun göl ve nehirlerinde rafting yapan (doğa turizmi) gezginlerdir.

2.3.1. Yavaş Turizmin Boyutları

Alanyazında yavaş turizm boyutları, farklı araştırmacılar tarafından farklı boyutlarda ele alınmıştır. Dickinson ve Lumsdon (2010), yavaş turizm için oluşturdukları kavramsal çerçevede yavaş turizmin bileşenlerini yavaşlık, deneyim, yerellik ve çevre bilinci olarak ele almaktadır. Lumsdon ve McGrath (2011) yavaş turizmi, “yavaşlık ve zamanın değeri”, “yerellik ve destinasyondaki aktiviteler”, “ulaşım türü ve seyahat deneyimi” ve “çevre bilinci” olmak üzere dört boyutta incelemektedir. Dall’Aglio, Nazzaruolo ve Zago (2011, s. 18) ise bu sınıflandırmalardan farklı olarak yavaş turizmi, etkileşim (contamination), otantiklik/gerçeklik (authenticity), sürdürülebilirlik (sustainability), yavaşlık (slowness), zaman (time) ve duygu (emotion) olarak ele almıştır. Guiver ve McGrath (2016) yavaş turizmi; zaman, bilinçli karar verme, duyuları hissetme, tatil süresi ve yeri ve ticari olmayan olmak üzere beş boyutta ele almaktadır. Yavaş turizme ilişkin yapılan bir diğer sınıflandırmada ise, bu boyutların çevre, deneyim, ekonomi ve etik olmak üzere dört boyutta incelendiği görülmektedir (Serdane, 2017). Bu çalışmada ise yavaş turizm “yavaşlık”, “yerellik” ve “çevre” olmak üzere üç boyutta ele alınmıştır.

2.3.1.1. Yavaşlık

Yavaş turizm, paket turlar şeklinde birkaç güne sığdırılmış, yerel halkla etkileşimden uzak, yalnızca belirli turistik yerleri görüp sonra tekrar uçak ile geri dönerek seyahatini tamamlama şeklinde yürüyen bir anlayışı reddetmektedir (Özmen vd., 2016, s. 44). Yavaş turizm, birçok yeri sınırlı zaman ayırarak görmek yerine bir yeri detaylıca öğrenmeyi vurgulamaktadır (Guiver ve McGrath, 2016, s.24). Buna ek olarak, turistlerin acele etmeden destinasyon, insanlar ve yerel kültür ile etkileşime girmesi için gerekli olan zamanı sağlamaktadır (Caffyn, 2012, s. 77).

Kaliteli bir deneyim yaşanmasında zaman önemli bir koşul olarak kabul edilmektedir (Di Clemente vd., 2015, s. 32). Araştırmacılara göre yavaş turizmde deneyimin kalitesi, seyahatin küçük ayrıntıları ile ilgilenmeye ve turizm faaliyetlerinin

sosyal ve kültürel içeriğinin tadını çıkarmaya izin veren “yavaş tempoya” göre belirlenmektedir. Lumsdon ve McGrath (2011, s. 271), turizmde “yavaşlık” kavramını; seyahat, uzaklık ve tatil sırasında yapılan tüm faaliyetler ile ilgili olarak tatil sürecinin yavaşlaması olarak tanımlamaktadır.

Yavaş turizm, tatil deneyimlerinin niceliğinden ziyade kalitesine odaklanmaktadır (Heitmann, Robinson ve Povey, 2011, s. 117, Nistoreanu, Dorobantu ve Tuclea, 2011, s. 36). Clancy’e (2012, s. 77) göre yavaş turizmin odak noktası, huzur bulma, rahatlama ve destinasyonda mümkün olduğunca çok deneyim toplamaktan ziyade acele etmeden anlamlı deneyimler elde etme üzerinedir. Nistoreanu vd.’e (2011, s. 36) göre bu deneyim, tatilin hızını yavaşlatmak ile ilgilidir. Yavaşlık, tatil esnasında tüm faaliyetleri acele etmeden gerçekleştirmek ve buna yeterli zaman ayırmak ile ilgilidir. Yavaş turizmin amacı, bir destinasyonda daha uzun süre kalarak o bölgenin insanları, tarihi, kültürü ile etkileşim içinde olmak ve yerliler gibi yaşamaya çalışmaktır (Guiver ve McGrath, 2016, s. 31). Buna ek olarak, Sutthitep’e (2016, s. 93) göre yavaş turistler, tatil destinasyonunda uzun süre kalarak fiziksel ve zihinsel rahatlamayı da elde edebilecektir.

Tatil esnasında “yavaşlama” durumu, turistlerin yerel insanlarla ve destinasyonla daha derin düzeyde etkileşime girmesini sağlamakta ve destinasyonunun kültürel ortamının daha ayrıntılı bir şekilde keşfedilmesini kolaylaştırmaktadır (Heitmann, Robinson ve Povey, 2011, s. 118). Böylece turistler, destinasyonu, yerel insanları ve yerel kültürü daha yakından tanıyarak anlamlı deneyimler elde edebilmektedir. Dolayısıyla, yavaş turistler, tatilde acele hareket edenlerin aksine destinasyonun bazı özel nitelikleri, doğal ve tarihi mirası, yerel mutfağı ve gelenekleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olmaktadır (Caffyn, 2012, s. 77).

Yavaşlık boyutunun, seyahat deneyimi ile de ilgili olduğu görülmektedir. Gardner’a (2009, s. 11) göre seyahat, ev ile tatil destinasyonu arasında stresli bir aradan ziyade rahatlamak için bir fırsat olmalıdır. Larsen (2001, s. 81) seyahat etmenin, yalnızca belirli bir mesafeyi aşarak tatil destinasyona ulaşmak değil aynı zamanda çeşitli manzaraları deneyimlemek için de bir yol olduğunu ifade etmektedir. Deneyim elde etmenin özünde “zaman ayırmak” olması nedeniyle, seyahat deneyimi için de yolculuğa zaman ayırmak gerekmektedir (Khan, 2015, s.43). Tatilin bir parçası olarak seyahat deneyiminden keyif almak ve seyahat ederken zihinsel ve fiziksel olarak yavaşlamak, yavaş turizmde önemli değerler olarak kabul edilmektedir (Tihila, 2015, s.

13). Dolayısıyla, yavaş turizmde, seyahat ederken tercih edilen ulaşım türünün önemli bir konu olduğu söylenebilir. Yavaş turistler, yalnızca ulaşım amacıyla uçağa binmek yerine daha fazla deneyim elde etmek için tren, otobüs ve hatta bisikleti tercih ederek seyahat sürecini yavaşlatmaktadır (Wei, 2013, s. 25). Çünkü yavaş ulaşım türleri (tren, bisiklet, yürüyüş vb.), turistlerin yol boyunca manzaranın keyfini çıkarabilmesi için daha fazla zaman ve fırsat sağlamaktadır (Yongtanavanich, 2014, s. 11).

Seyahat deneyimi, yalnızca tatil destinasyonuna seyahat ederken tercih edilen ulaşım türleri ile ilgili değil aynı zamanda destinasyonda yapılan seyahatlerle de ilgilidir (Lumsdon ve McGrath, 2011, s. 274). Yürüyüş yapmak ve bisiklete binmek, çevreyi yakından deneyimleyerek ayrıntılı bir şekilde keşfetmek açısından insanlara arabadan çok daha fazlasını sunmaktadır (Speakman, 2005, s. 134; Heitmann vd., 2011, s. 119). Ayrıca, bisiklet ve yürüyüşün yanı sıra turistlerin toplu taşıma araçlarını kullanarak da ziyaret edilen destinasyon ile daha fazla etkileşime girebileceği belirtilmektedir (Dickinson ve Lumsdon, 2010, s. 88). Çünkü turistler, toplu taşıma araçlarını kullanarak bölgenin yerel halkını ve yerel kültürünü daha yakından tanıyabilmektedir (Heitmann vd., 2011, s. 119). Ayrıca, yavaş turizmde seyahatin yanında, doğa ile iç içe olmaya ve çevre dostu faaliyetlerde bulunmaya olanak tanıyan, eko pansiyonlar ve çiftlik evleri gibi yavaş konaklama türlerinin de, yavaşlık kavramını içerdiği belirtilmektedir (Khan, 2015, s. 44).

2.3.1.2. Yerellik

Yavaş turizm, turistlerin yerel yaşamın içinde bulunmasını ve destinasyon, yerel halk ve yerel kültür ile etkileşim içinde olmasını amaçlayan bir turizm türüdür (Miretpastor, Peiro-Signes, Segarra-Ona ve Mondéjar-Jiménez, 2015, s. 318). Bu kapsamda yerellik boyutunun, yavaş turizmde kaliteli bir deneyim için gerekli olan diğer bir unsur olduğu söylenebilir. Caffyn'e (2012, s. 77) göre yavaş turistler, tatil destinasyonunda yerel pazarlara göz gezdirerek, yerel ortamı özümseyerek, yerel insanları gözlemleyerek, yerel zanaatkârlardan ürün satın alarak, yerel insanlarla sohbet ederek, yerel restoranlarda yemek yiyerek, bisiklet ve yürüyüş ile yerel bölgeyi keşfederek, arkeolojik alanları ziyaret ederek daha fazla özgün deneyim elde etmektedir. Yavaş turizmin amacı, destinasyonun mevcut doğal çevresini ve gerçek seyahati deneyimleyerek, yerel insanlarla ve yerel kültürle daha yakın olmaktır (Sezgin ve Özdemir, 2016, s. 9). Bununla birlikte, yavaş turizm, yerel hizmet sağlayıcılarını

seçerek, yerel topluluğa ekonomik katkı sağlamayı da amaçlamaktadır (Serdane, 2017, s. 43).

Yemek, yerelliği deneyimlemenin bir başka unsurudur. Bu nedenle, yavaş turizm, turistleri, ziyaret ettikleri destinasyonun yerel mutfağını öğrenmeye ve yerel yemeklerini tatmaya teşvik etmektedir (Yongtanavanich, 2014, s. 62-63). Yerel tarifler ile hazırlanan yerel yiyecek ve içecekler, turistlerin yeni deneyimler elde etmesini sağlamaktadır. Yerel yemekleri deneyimleyen turistler, hem yerel ürünler hakkında bilgi edinmekte hem de yerel halka ekonomik açıdan fayda sağlamaktadır (Wei, 2013, s. 27). Yerel ürünleri satın almak; yerel çiftçileri ve yerel ekonomiyi desteklemek, iş olanağı yaratılmasını desteklemek, tarım ve turizm arasındaki ilişkileri güçlendirmek, yerel tarım ve yiyecek sektörlerini güçlendirmek, yerel markaları ve ürünleri tanıtmak anlamlarına gelmektedir (Yurtseven ve Kaya, 2010, s. 60).

Yerel yaşama uygun olan işletmelerde konaklama yapmanın da yerelliği deneyimlemenin bir başka yolu olduğu söylenebilir. Yavaş turistler, büyük otel zincirleri yerine uzun süreli konaklayabileceği, yerel yaşam tarzına uygun, geleneksel özelliklere sahip (Wei, 2013, s. 26) ve yerel halk tarafından işletilen küçük işletmelerde (Yongtanavanich, 2014, s. 61) konaklama yapmaktadır. Turistler, kiralık evlerde, hostellerde veya oda kahvaltı tarzı işletmelerde konaklama yaparak yerel halk tarafından hazırlanan yöresel yiyecek ve içecekleri deneyimlemektedir (Conway ve Timms, 2012, s. 72). Böylece yavaş turistler, yerel halkın yaşam tarzını deneyimlemekte ve turist ile yerel halk arasında kültürel etkileşim oluşmaktadır (Yongtanavanich, 2014, s. 62). Ayrıca yavaş turistlerin, her şey dâhil otellerde konaklayanların aksine yiyecek içecek ihtiyaçlarını kendilerinin karşılaması, yerel topluluğun sunduğu hizmetleri ve yerel ürünleri satın alarak yerel halk ile daha fazla etkileşime girmesini sağlanmaktadır (Heitmann, Robinson ve Povey, 2011, s. 118).

2.3.1.3. Çevre

Sürdürülebilirliğe vurgu yaparak çevresel kaygıları dikkate alan yavaş turizmin (Özdemir ve Çelebi, 2018, s. 2) boyutlarından bir diğerini ise çevre boyutu oluşturmaktadır. Yavaş turizmin çevre boyutu, özellikle düşük karbon tüketimi ile ilgilidir (Dickinson vd., 2011, s. 294). Karbonun en önemli sera gazı olması ve karbon emisyonunun küresel ısınmaya ve iklim değişikliğine sebep olması nedeniyle (Uğur, 2014, s. 344) karbon tüketiminin çevre için önemli bir konu olduğu söylenebilir.

Küresel turizmde karbon emisyonunun %87'si ulaşımdan, %9'u konaklamadan ve %4'ü diğer turistik faaliyetlerden kaynaklanmaktadır (Gunesch, 2017, s. 127). Yavaş turizmde çevre boyutu, en yüksek karbon emisyonuna sahip olan faaliyetin ulaşım olması nedeniyle özellikle ulaşım faaliyeti ile ilgilidir. Dolayısıyla, yavaş turizmin seyahat bileşenine odaklanan yavaş seyahat, ulaşımda karbon emisyonunu azaltma konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Yavaş seyahat, ulaşımda karbon emisyonunu azaltmak amacıyla üç sürdürülebilir ilkeyi benimsemektedir (Sun ve Lin, 2017, s. 6). Bu ilkeler; araba ve uçak yolculuğundan kaçınmak, uzun mesafeli yolculukları ve toplam seyahat sıklığını azaltmak ve yıllık olarak daha az seyahat ederek her bir seyahatte kalma süresini uzatmaktır.

Her bir ulaşım aracı, seyahat esnasında birbirinden farklı karbon üretimi gerçekleştirmektedir. Bu nedenle hangi ulaşım aracının ne kadar karbon emisyonuna sahip olduğunun bilinmesi, yavaş turizmin çevre boyutu açısından faydalı olacaktır. Bu kapsamda, ulaşım araçlarının bir kilometrede kişi başına ürettiği karbon miktarları Tablo 2.4.'de gösterilmektedir. Tablo 2.4.'de yer alan veriler, ortalamalara dayanmakta olup aracın yakıt verimliliğine ve doluluk oranına bağlı olarak değişkenlik gösterebilmektedir. Tablo 2.4. incelendiğinde ise, bisiklet ve yürüyüşün doğaya herhangi bir karbon salınımı yapmadığı, otobüs ve trenin ise araba ve uçağa göre daha az karbon salınımı gerçekleştirdiği görülmektedir. Dolayısıyla, bisiklet, yürüyüş, otobüs ve tren düşük karbon üretimi nedeniyle yavaş seyahate uygun ulaşım araçları iken doğaya en yüksek karbon salınımı yapan uçak ve arabanın, yavaş seyahate uygun olmadığı söylenebilir. Bununla birlikte, yolcu başına düşen karbon emisyonu, toplu taşıma araçlarında arabalara göre daha düşüktür (Hodges, 2010, s. 2). Tatil destinasyonuna ulaşım sağlanırken toplu taşıma araçlarının, araba ile seyahate alternatif olabileceği düşünülmektedir. Ayrıca, Peeters'a (2007, s. 17) göre toplu taşıma araçları, karbon emisyonunu azaltmakla kalmayıp aynı zamanda yerel çevre problemlerini de azaltmaktadır.

Tablo 2.4. *Ulaşım Türlerinin Karbon Miktarları (Dickinson ve Lumsdon, 2010, s. 87; Dickinson vd., 2010, s. 483)*

Ulaşım Türü	Karbon Miktarı (CO2) kg/yolcu km
Yoğun Karbonlu Ulaşım Türleri	
Uçak	
<500 km	0.183
500–1000 km	0.134
1000–1500 km	0.130
1500–2000 km	0.121
>2000 km	0.111
Araba	0.121 (0.180 v/km)
Düşük Karbonlu Ulaşım Türleri	
Tren	0.033
Otobüs	0.027
Karbon Üretmeyen Ulaşım Türleri	
Bisiklet	0
Yürüyüş	0

Dickinson ve Lumsdon’a (2010) göre kano, tekne ve feribot gibi deniz araçları da yavaş seyahate dâhil edilebilmektedir. İnsanın fiziksel gücüne (kano, rafting vb.) veya rüzgâr gibi yenilebilir enerjiye (yelkenli tekne vb.) bağlı olan deniz araçları, karbon emisyonuna sahip olmaması nedeniyle yavaş seyahate uygundur. Bu deniz araçları, genellikle destinasyonda yapılan aktiviteler olmakla birlikte, yavaş turizmin düşük karbon ve deneyimsel özelliklerini karşılamaktadır. Ancak, deniz araçlarından yüzer otel olarak adlandırılan kruvaziyer gemilerinin yüksek karbon emisyonuna sahip olması nedeniyle yavaş seyahate uygun olmadığı görülmektedir.

Bir turist, düşük karbon üreten ulaşım araçlarını kullanarak yavaş seyahate katılabileceği bilinmektedir. Ancak, turist, tatil yapacağı destinasyona uçak ya da araba ile seyahat etmesi ve sonrasında bu destinasyonda yavaş seyahate uygun ulaşım araçlarını kullanması halinde yavaş seyahate katılabilme durumu tartışmalı bir konudur. Dickinson ve Lumsdon’a (2010, s. 87) göre destinasyon bağlamında ele alındığında

turist, yavaş seyahate uygun ulaşım araçlarını kullandığı için yavaş seyahate katılmaktadır. Ancak tatil genel olarak düşünüldüğünde, karbon emisyonu yüksek olan bir ulaşım türü kullanıldığı için turistin yavaş seyahate katıldığını söylemek mümkün değildir. Yavaş turizmde, hem destinasyon içinde hem de gidilecek olan destinasyona seyahat ederken düşük karbonlu ulaşım türlerini kullanmanın önemli olduğu söylenebilir.

Yavaş seyahatin ulaşımında karbon emisyonunu azaltmak amacıyla benimsediği üç ilkedden biri olan seyahat mesafesinin de önemli bir faktör olduğu görülmektedir. Sutthitep'e (2016, s. 83) göre yavaş turizmde, turistler daha az yakıt tüketimini amaçladığı için seyahat mesafesini azaltma eğilimindedir. Çünkü seyahat mesafesi arttıkça, yolcu başına düşen karbon miktarı da aynı oranda artmaktadır. Düşük karbon üreten ulaşım araçlarından tren ve otobüs, 1,500-2,000 kilometreden daha kısa mesafelere seyahatler için uygun olduğundan (Peeters, 2007, s. 17) dolayı yavaş turistler için mesafe, zaman ve konfor endişesi nedeniyle de 2.000 km ile sınırlıdır (Dickinson ve Lumsdon, 2010, s. 99). Uzak mesafeli destinasyonlara düşük karbonlu ulaşım türleri ile ulaşmanın zor olması nedeniyle uçak gibi karbon emisyonu yüksek olan ulaşım türlerine ihtiyaç duyulmaktadır (De la Barre, 2012, s. 158). Bu kapsamda, yavaş turizmde daha kısa mesafelere seyahat etmenin önemli olduğu söylenebilir.

Yavaş turistler birden fazla destinasyona seyahat etmek yerine, belirli bir destinasyonda daha uzun süre kalmayı tercih etmektedir (Yongtanavanich, 2014, s. 52). Dickinson ve Lumsdon'a (2010, s.90) göre turizmden elde edilen karbon ayak izinin büyük bölümünün seyahatten kaynaklandığı göz önüne alındığında, karbon emisyonunun günlük olarak azaltılması için kalış süresinin arttırılması gerekmektedir. Benzer şekilde, turistlerin bir yılda daha az tatile çıkması ve tatillerinde daha uzun süre konaklaması ile birlikte yıllık bireysel karbon ayak izi azaltılabilir. Ayrıca, uzun konaklamaların eko-verimliliğinin kısa süreli konaklamalara göre daha fazla olduğu belirtilmektedir (Gössling vd., 2005, s. 427).

Yavaş turistler, her şey dâhil konsept ile hizmet veren büyük otel işletmelerinde konaklamayı reddederek sosyal ve fiziksel çevreye duyarlı olan küçük konaklama işletmelerinde (Moira, Mylonopoulos ve Kondoudaki, 2017, s. 5) ve kendi yemeklerini hazırlayabilecekleri konaklama türlerinde (kiralık evler vb.) kalmayı tercih etmektedir (Guiver ve McGrath, 2016, s. 25). Yavaş turizm, çevresel etkisi az olduğu için daha az enerji harcayan konaklama türlerinde kalmaya teşvik etmektedir (Lumsdon ve McGrath,

2011, s. 273). Gössling vd.'e (2005, s. 420) göre büyük otel işletmeleri; bar, restoran, havuz gibi tesislere sahip olması ve geniş oda gibi çeşitli hizmetler sunması nedeniyle diğer konaklama türlerine göre daha fazla enerji tüketmektedir. Pansiyon ve kamp alanlarında enerji tüketimi ise, diğer konaklama türlerine göre daha az olmakla birlikte karbon emisyonu da düşüktür. Becken, Frampton ve Simmons (2001, s. 379), motellerin enerji yoğunluğunun otellere göre daha az olduğunu ifade etmektedir.

2.4. Yavaş Turist Olarak Bebek Patlaması, X ve Y Kuşaklarının Seyahat Davranışları

Bu bölümde, yavaş turizmin özellikleri de dikkate alınarak Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının seyahat davranışları ele alınmıştır. Bebek Patlaması kuşağının, seyahat ederken evden uzakta ailesiyle kaliteli zaman geçirmeyi tercih ettiği ve samimiyeti, romantizmi, macerayı ve heyecanı deneyimlemek istediği görülmektedir (Lehto vd., 2008, s. 248). Bu kuşak, yapılması gerekenlerin yer aldığı programlara bağlı kalmadan daha esnek özellikteki tatilleri tercih etmektedir (Hudson, 2010, s. 449). Bebek Patlaması kuşağında yer alan bireyler daha fazla deneyim elde etme arayışındadır. Hayat deneyimlerini zenginleştirmek için keşfetmek, aktivitelere katılmak, bilgi ve beceri elde etmek istemektedir (Patterson, Sie, Balderas-Cejudo ve Rivera-Hernaez, 2017, s. 350).

Y kuşağı ise, seyahat sırasında günlük yaşamdan uzaklaştığı, farklı yaşam tarzlarını denediği, yeni deneyimler elde ettiği, yeni yerler gördüğü ve yeni bilgiler edindiği için seyahati yenilik olarak görmektedir (Cavagnaro, Staffieri ve Postma, 2018, s. 34). Bu kuşaktaki turistler, dinlenmeye ve rahatlamaya yönelik tatilleri tercih etmenin yanı sıra sörf, balıkçılık, doğa yürüyüşü, bisiklet sürme gibi daha aktif tatil aktivitelerini de katılmaktadır (Kattiyapornpong, 2009, s. 5). Y kuşağının, diğer kuşaklara göre tatil destinasyonunda daha uzun süre kalma eğiliminde olduğu görülmektedir (Li vd., 2013, s. 151). X kuşağındaki bireyler ise tatil paketleri satın alan ve yeni yerlere seyahat etmeye meraklı olan turistlerdir (Mannila, 2012'den aktaran Peltomäki, 2015, s. 28). Büyük bir eğlence tüketicisi olan X kuşağı, ekolojik geziler deneyimlemeyi sevmekte ve aileleriyle birlikte vakit geçirmekten zevk almaktadır. Dolayısıyla X kuşağı üyelerinin çocukları ile seyahat etme olasılığı daha yüksektir (Demir, 2018, s. 52).

Yavaş turizm, turistlerin yerel yaşamın içinde bulunmasını, destinasyon, yerel insanlar ve yerel kültür ile etkileşim içinde olmasını amaçlamaktadır (Miretpastor vd., 2015, s. 318). Bebek Patlaması ve Y kuşaklarının da tatilde yerel deneyimler elde etmek

istediği görülmektedir (Hudson, 2010; Pendergast, 2010). Bebek Patlaması kuşağı için otantiklik önemli bir unsurdur. Bu kuşak, ziyaret ettikleri insanlarla ve topluluklarla daha duygusal ve kültürel bağlar kurmak ve yerel insanlarla daha fazla etkileşim halinde olmak istemekte (Hudson, 2010, s. 449), özgün ve otantik deneyimler aramakta, şehir gezilerinden ve kültürel gezilerden hoşlanmaktadır (Patterson vd., 2017, s. 349). Huang ve Petrick'in (2010, s. 33) yaptıkları çalışmada, Bebek Patlaması kuşağındaki bireylerin, X ve Y kuşaklarındaki bireylere göre şehirleri gezip görmeye ve tarihi yerleri ziyaret etmeye daha istekli olduğu ortaya çıkmıştır. Y kuşağı da yerel insanlarla etkileşime geçerek, ziyaret ettikleri topluluğun günlük yaşamlarına katılarak, yerel kültürlerini öğrenerek farklı deneyimler elde etmek istemektedir (Pendergast, 2010, s. 11). Bu kuşağın da Bebek Patlaması kuşağına benzer şekilde, kültürel değişim ve çevreyi daha yakından tanıma yönünden zengin otantik deneyimler yaşamak istediği belirtilmektedir (Li vd., 2013, s. 151).

Yavaş turizmde, çevre bilincine sahip olmak önemli unsurlar arasındadır (Sezgin ve Özdemir, 2016, s. 13). Bebek patlaması, X ve Y kuşaklarının çevreyi korumaya yönelik farkındalıkları incelendiğinde, üç kuşağın da çevre bilincine sahip olduğu söylenebilir. Bebek Patlaması kuşağının çevre bilincine sahip olduğu ve yeşil hareketi, yeşil ürünleri ve hizmetleri desteklediği görülmektedir (Williams ve Page, 2011, s. 42). X kuşağı, küreselleşmenin etkilerinin yanı sıra çevre sorunları konusunda artan bir farkındalık ile yetişmiştir (Bakker ve Lamoureux, 2008, s. 10). Y kuşağı ise yetişme döneminde, ozon tabakasının delinmesi, iklim değişikliği gibi birçok çevre sorunlarıyla karşılaşmış ve çevresel eğitimler aracılığıyla doğanın korunmasının ne kadar önemli olduğunu öğrenerek büyümüştür (Kim, Chang, Lee ve Huh, 2011, s. 2). Ancak, Y kuşağının, önceki kuşaklara göre çevre bilincinin daha yüksek olduğu belirtilmektedir. Bunun nedeni ise yaşamlarının erken dönemlerinde çevreyi koruma konusunda aldıkları eğitimlerdir (Kim vd., 2011, s. 2).

5. YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde; araştırmanın modeli, evreni ve örneklemini, veri toplama aracı, veri toplama süreci ve verilerin analizine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Modeli

Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının yavaş turizme yönelik tutumları arasındaki farklılıkların belirlenmesi amaçlanan bu çalışmada, tanımlayıcı (betimsel) araştırma modeli kullanılmıştır. Tanımlayıcı araştırma yaklaşımında tanımlayıcı kavramı, bir

durumun, koşulun, insanın, ilişkinin, örgütlü faaliyetin, iletişim sürecinin, uygulanan politikanın “ne olduğunu” tasvir, tarif ve açıklığa kavuşturma anlamına gelmektedir (Erdoğan, 2007, s. 138). Tanımlayıcı araştırma, bilinen bir durumun veya bu durumla ilgili değişkenlerin özelliklerini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır (Saruhan ve Özdemirci, 2011, s. 135) Diğer bir ifade ile tanımlayıcı araştırmanın amacı, bir örgüt, birey, grup, durum veya olgunun düzgün bir portresini çizmektir (Coşkun, Altunışık, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2015, s. 71).

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırma evreni, araştırma sonuçlarının genellenmek istendiği elemanlar bütünüdür (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014, s. 69). Araştırma evrenindeki tüm bireylere ulaşmak, büyük bir zaman, maliyet, enerji ve kontrol gerektirdiği için oldukça zor ve çoğu zaman olanaksızdır (Karasar, 2014, s. 110-111). Bu nedenle, araştırmalarda örnekleme sürecine başvurulmaktadır. Örnekleme, bir evrene ait küçük bir örnek kütenin incelenerek, bütün evren hakkında yargıya varılmasını sağlayan bir süreçtir (Gegez, 2015, s. 254). Diğer bir ifade ile örnekleme, evreni temsil edebilecek şekilde, evren içinden belli sayıda elemandan oluşan, bir alt elemanlar grubu oluşturulması sürecidir (Coşkun vd., 2015, s. 133).

Araştırmanın evrenini, Eskişehir’de ikamet eden tüm bireyler oluşturmaktadır. Araştırmanın zaman ve yer kavramları belirlenmiş olan kuramsal nüfusunu (Erdoğan, 2003, s. 167) ise 2018 yılında, Eskişehir iline bağlı ve nüfusun yoğun olduğu Odunpazarı ve Tepebaşı ilçelerinde ikamet eden bireyler oluşturmaktadır. Örneklemin bu iki ilçeden seçilme nedeni ise Eskişehir nüfusunun büyük bir bölümünün bu ilçelerde ikamet etmesidir. Ancak veri toplama sürecinde, zaman ve maliyet gibi sınırlılıklar nedeni ile kuramsal nüfusun tamamına ulaşılammıştır. Bu nedenle, 2018 yılının Haziran, Temmuz ve Ağustos aylarında, Eskişehir ilinin Odunpazarı ve Tepebaşı ilçelerinde nüfusun yoğun olduğu mekânlarda (parklar, bahçeler, genel kamu alanları vb.) bulunan bireyler araştırma nüfusu olarak belirlenmiştir. Belirtilen zamanda ve mekânlarda bulunan bireylerin sayısına önceden ulaşamadığı için araştırma nüfusundaki bireylerin veri toplama aşamasında erişilebilenleri, örneklem çerçevesini oluşturmuştur. Örnekleme sürecinin son aşamasında ise örneklem çerçevesinden araştırmacı tarafından seçilen bireyler, örnekleme dâhil edilmiştir. Araştırmanın örnekleme sürecine ilişkin bilgileri Şekil 3.1.’de gösterilmektedir.



Şekil 3.1. Örneklem Süreci (Erdoğan, 2003, s. 167)

Araştırmacılar, örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde genellikle %95 güvenilirlik düzeyini dikkate almaktadır. Bu durum, örnek 100 defa seçildiğinde, seçilen bu 100 örnekten en az 95 tanesinin evrenin özelliklerini temsil edebilecek özelliğine sahip olduğu anlamına gelmektedir (Gegez, 2015, s. 274-275). TÜİK'in 2017 yılı nüfus verilerine göre Eskişehir ilinin Odunpazarı ilçesinde 399.451, Tepebaşı ilçesinde ise 353.179 kişi ikamet etmektedir. Evren büyüklüğünün bir milyon olduğu durumlarda, %95 güvenilirlik düzeyi için 384 örneklem hacminin yeterli olacağı belirtilmektedir (Sekaran, 2003, s. 294; Kozak, 2015, s. 113). Bu nedenle, araştırmada, evreni temsil edebilecek örneklem büyüklüğü için 384 ve üzerinde katılımcı sayısına ulaşılması hedeflenmiştir.

Araştırma kapsamında, örnekleme yöntemi olarak tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden yargısal (amaçlı) ve kolayda örnekleme yöntemleri kullanılmıştır. Yargısal örnekleme yönteminde, araştırmacı örnek kapsamına alacağı bireyleri, evreni temsil edebileceğini düşündüğü bir kitleden kendi yargılarına göre belirlemektedir (Gegez, 2015, s. 267). Kolayda örnekleme ise örneğe seçilecek bireylerden yalnızca ulaşılabilir olanların örneğe dâhil edilmesidir (Gegez, 2015, s. 266). Diğer bir ifade ile kolayda örnekleme, soru formuna cevap vermek isteyen herkesin örneğe dâhil

edilmesini içermektedir (Coşkun vd., 2015, s. 142). Araştırmada, yargısal örnekleme yöntemi kapsamında Eskişehir’de ikamet eden ve tatile çıkan bireyler örneğe dâhil edilmiştir. Bu örnek içinden kolayda örnekleme yöntemi ile araştırmaya katılım göstermeye istekli olan bireylerden veri toplanmıştır.

3.3. Veri Toplama Aracı

Araştırmada, veri toplama aracı olarak iki bölümden oluşan bir soru formu oluşturulmuştur. Soru formunun ilk bölümünde, kuşakların yavaş turizme ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik 24 ifade yer almaktadır. Bu ifadeler, alanyazında ilgili çalışmalardan yararlanılarak belirlenmiştir. Tablo 3.1.’de yavaş turizme yönelik ifadelerin belirlenmesinde yararlanılan çalışmalara yer verilmiştir. Bu kısımda yer alan ifadeler için 5’li Likert tipi değerlendirme ölçeği (1- Kesinlikle Katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum) kullanılmıştır.

Tablo 3.1. Yavaş turizme yönelik ifadelerin belirlenmesinde yararlanılan çalışmalar

İfadeler	Yer Alan Çalışmalar
Seyahat ederken çevreye zararı az olan ulaşım araçları (tren, otobüs gibi) tercih edilmelidir.	Smith, 2012, s. 14; Yongtanavanich, 2014, s. 12; Serdane, 2017, s. 34.
Tatil bölgesinde çevreye zarar vermemek için toplu taşıma araçları kullanılmalıdır.	Smith, 2012, s. 14; Yongtanavanich, 2014, s. 64.
Tatil boyunca yapılan aktivitelerin sonraki etkileri (çevreye verdiği zarar gibi) konusunda dikkatli olunmalıdır.	Sutthitep vd., 2016, s. 424.
Karbon ayak izini (atmosfere yayılan karbon miktarını) azaltmak için tek bir tatil bölgesinde uzun süre kalmak gerekir.	Smith, 2012, s. 14; Serdane, 2017, s. 36.
Enerji kaynaklarını daha az harcayan konaklama türleri (kamp alanları, pansiyon vb.) tercih edilmelidir.	Lumsdon ve McGrath, 2011, s. 273; Serdane, 2017, s. 36.
Karbon ayak izini (atmosfere yayılan karbon miktarını) azaltmak için kısa mesafelere seyahat etmek gerekir.	Serdane, 2017, s. 36.
Tatil bölgesinde yerel halk ile iletişime geçmek önemlidir.	Smith, 2012, s. 14; Wei, 2013, s. 135; Yongtanavanich, 2014, s. 60.
Tatil bölgesinin yerel kültürünü öğrenmek önemlidir.	Smith, 2012, s. 14; Wei, 201, s. 135; Yongtanavanich, 2014, s. 65.

Tablo 3.1. (Devamı) *Yavaş turizme yönelik ifadelerin belirlenmesinde yararlanılan çalışmalar*

Tatil bölgesinin yerel yemeklerini deneyimlemek önemlidir.	Smith, 2012, s. 14; Yongtanavanich, 2014, s. 63; Serdane, 2017, s. 39.
Turist ve yerel halk arasındaki kültürel etkileşim, turist deneyiminin önemli bir parçasıdır.	Yongtanavanich, 2014, s. 61.
Tatil bölgesinde toplu taşıma araçlarını kullanmak, yerel halk ile etkileşimi artırır.	Yongtanavanich, 2014, s. 62.
Tatil bölgesinin kültürel ve tarihi yerleri ziyaret edilmelidir.	Wei, 2013, s. 135.
Yerel halkın işlettiği küçük işletmelerde (pansiyon, motel vb.) konaklamak, yerel halk ile etkileşimi artırır.	Yongtanavanich, 2014, s. 61-62.
Tatil bölgesinin yerel ürünlerini satın almak önemlidir.	Smith, 2012, s. 76.
Tatil bölgesinde yerel halkın ürettiği ürünler için daha fazla para ödenebilir.	Tekin, 2017, s. 120.
Büyük otel zincirlerinde konaklamak yerine, yerel halkın işlettiği küçük işletmelerde konaklamak, yerel halka katkı sağladığı için önemlidir.	Sutthitep vd., 2016, s. 423; Serdane, 2017, s. 43.
Tatil bölgesinde kalış süresini uzatmak, bölgeyi keşfetmeye olanak tanır.	Yongtanavanich, 2014, s. 53.
Tatil bölgesinde kalış süresini uzatmak, zihinsel olarak rahatlatır.	Sutthitep vd., 2016, s. 425.
Doğayla iç içe yapılan sakin bir tatil, fiziksel olarak dinlendirir.	Yongtanavanich, 2014, s. 56; Khan, 2015, s. 44.
Tatil bölgesinde doğayla iç içe yapılan aktiviteler (doğa yürüyüşü, bisiklete binmek, rafting vb.) keyif vericidir.	Wei, 2013, s. 135; Moira vd., 2017, s. 5.
Sınırlı zamanda çok yeri gezmek yerine, bir yeri detaylıca öğrenmek daha önemlidir.	Guiver ve McGrath, 2016, s. 24; Tekin, 2017, s. 120.
Yolculuğun kendisi, tatil deneyiminin bir parçasıdır.	Gardner, 2009; Tekin, 2017, s. 120
Yolculuğun keyfini çıkarmak için acele etmeden (manzara eşliğinde) seyahat etmek gerekir.	Wei, 2013, s. 134; Yongtanavanich, 2014, s. 11.
Tatil bölgesinde araba kullanmak yerine bisiklete binmek veya yürüyüş yapmak, bölgenin daha iyi keşfedilmesini sağlar.	Guiver ve McGrath, 2016, s. 25.

Soru formunun ikinci bölümünde, katılımcıların daha önce yavaş turizme katılıp katılmadığına, seyahat davranışlarına ve demografik özelliklerine yönelik 13 soru bulunmaktadır. Katılımcıların seyahat davranışlarına ilişkin sorular; tatile çıkma amaçlarını, tatil için tercih ettikleri konaklama türünü, konaklama tipini, tatil amaçlı seyahatlerde tercih ettikleri ulaştırma araçlarını, konaklama yaptıkları gün sayısını ve tatile kimlerle çıktıklarını belirlemeye yöneliktir. Demografik özelliklerine ilişkin sorular ise yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, aylık gelir ve meslekten oluşmaktadır. Bu kısımda yer alan, yaş, meslek ve tatilde konaklama yapılan gün sayısı açık uçlu, diğer tüm sorular ise kapalı uçlu olarak hazırlanmıştır.

Soru formu oluşturulduktan sonra, soru formunun kapsam (içerik) ve yüzey geçerliliğini test etmek için uzmanların görüşlerine başvurulmuştur. Kapsam geçerliliği, soru formunda yer alan maddelerin, ihtiyaç duyulan olgusal veya yargısal verileri kapsamada ve toplamada ne derece yeterli olduğunu ölçmektedir (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2014, s. 131). Diğer bir ifade ile kapsam geçerliliği, kavramın öğelerinin ve boyutlarının ölçekte ne derece yer aldığını belirlemek amacıyla yapılmaktadır (Coşkun vd., 2015, s. 123). Yüzey geçerliliği ise ölçeğin, araştırılan yapıyı ölçüp ölçmediği ile ilgilidir (Şencan, 2005, s. 743). Bu kapsamda öncelikle, araştırmacı tarafından uzman görüşü formu hazırlanmıştır. Uzman görüş formunda uzmanların, her bir ifadeyi “gerekli”, “gerekli ancak yetersiz” ve “gereksiz” olarak değerlendirmeleri ve önerilerde bulunmaları istenmiştir. Uzman görüşü alma aşamasında, yavaş hareketi ile ilgili çalışmaları olan yedi akademisyenin görüşleri alınmıştır. Uzmanlar, soru formunun kapsam ve yüzey geçerliliğini eş zamanlı olarak değerlendirmiştir. Uzman görüşleri doğrultusunda, iki ifadenin birbirine benzer olduğu anlaşılmış ve bir ifade, soru formundan çıkarılmıştır. Bu düzeltmeye ek olarak, anlam açısından eksik olan ifadeler düzeltilmiş ve gereksiz sözcükler ifadelerden çıkarılmıştır. Böylece, soru formunun kapsam ve yüzey geçerliliği sağlanarak pilot çalışmadan önceki son hali verilmiştir.

Sonraki aşamada ise soru formunda yer alan ifadelerin katılımcılar tarafından anlaşılabilirliğini ve ölçeğin güvenilirliğini test etmek amacıyla (Saruhan ve Özdemirci, 2011, s. 140) pilot çalışma yapılmıştır. Araştırmanın pilot çalışması, 2018 yılının Haziran ayında, Eskişehir’de nüfusun yoğun olduğu mekânlarda bulunan ve turizm faaliyetine katılan 62 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışma sonucunda elde edilen veriler, SPSS istatistik paket programına aktararak güvenilirlik kat sayısı

(Cronbach Alpha) hesaplanmıştır. Bu kapsamda, araştırmanın güvenilirlik katsayısı 0,816 olarak belirlenmiştir. Cronbach Alpha değeri “0” ile “1” arasında bir değer almaktadır. Alpha değerinin 0,60 ile 0,80 aralığında olduğunda güvenilirliğinin iyi, 0,80 ile 1,00 aralığında olduğunda ise güvenilirliğin yüksek olduğu belirtilmektedir (Kozak, 2015, s. 146). Dolayısıyla, soru formunda yer alan ölçeğin güvenilirliğinin yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Soru formunda yer alan ifadelerin, katılımcılar tarafından anlaşıldığı tespit edildiği için ifadelerde bir değişiklik yapılmamıştır. Pilot çalışma sonucunda ölçeğin güvenilir olduğu saptanarak alan araştırmasına başlanmıştır.

3.4. Veri Toplama Süreci

Araştırmanın verileri, 29 Haziran- 27 Ağustos 2018 tarihleri arasında araştırmacı tarafından toplanmıştır. Veriler, Eskişehir iline bağlı olan Tepebaşı ve Odunpazarı ilçelerinde nüfusun yoğun olduğu yerlerde (parklar, bahçeler, kafeler, yürüyüş alanları vb.) bulunan ve araştırmaya katılmak isteyen bireylerden elde edilmiştir. Uygulama alanı olarak parklar, bahçeler, kafeler, yürüyüş alanları vb. gibi yerlerin tercih edilme sebebi, insanların bu alanlarda boş zamanlarını değerlendirmek için bulundukları ve müsait olabilecekleri düşüncesidir. Veri toplama sürecinde, soru formunun eksiksiz veya yanlış doldurulmasını engellemek amacıyla katılımcılarla yüz yüze görüşülerek soru formu uygulanmıştır. Araştırmacı, özellikle müsait oldukları düşüncesiyle yeşil alanlarda, banklarda, kafelerde oturan kişilerle görüşerek kendini tanıtmış ve uygulamanın amacından bahsetmiştir. Daha sonra, araştırmaya katılmak isteyen bireylere soru formu uygulanmıştır. Soru formunun tamamlanması ortalama üç-dört dakika sürmüştür. Ancak, Bebek Patlaması kuşağında yer alan bazı bireyler, yaş itibarı ile soru formunu daha uzun sürede tamamlamıştır. Bu sürecin sonunda, toplam 402 soru formu toplanmıştır. Yapılan incelemeler sonucunda, bu soru formlarından 11 tanesinin eksik ve hatalı doldurulduğu görülmüş ve bu soru formları analize dâhil edilmemiştir. Bu doğrultuda, 391 soru formu geçerli kabul edilerek araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırma kapsamında, elde edilen toplam 391 soru formu, evreni temsil edebilecek örneklem büyüklüğü için yeterli görülmüştür.

3.5. Verilerin Analizi

Araştırmada, elde edilen veriler, SPSS 24 paket programına aktararak veri girişi yapılmıştır. Veri girişi tamamlandıktan sonra verilerin analizine geçilmiştir. İlk olarak, katılımcıların demografik özelliklerini ve seyahat davranışlarını belirlemeye yönelik sıklık dağılımı yapılmıştır. Daha sonra, verilerin normal dağılıma uygun olup

olmadığını belirlemek için çeşitli istatistiksel testlere başvurulmuştur. Devamında, yavaş turizme ilişkin tutum ölçeğinin faktör boyutlarını ortaya koymak amacıyla veri setine faktör analizi uygulanmış ve araştırmanın amacını da oluşturan farklılık analizlerine geçilmiştir. Farklılık analizleri kapsamında, Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının seyahat davranışları arasındaki farklılıkları incelemek için çapraz tablolardan ve ki-kare testinden yararlanılmıştır. Kuşakların yavaş turizmin faktör boyutlarına ilişkin tutumları arasındaki farklılıkları belirlemek amacıyla da tek yönlü varyans analizi (One-way ANOVA) uygulanmıştır.

4. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde, verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir. İlk olarak, katılımcıların demografik özelliklerine ve seyahat davranışlarına ilişkin bulgular sunulmuştur. Daha sonra, normal dağılım testlerine, açıklayıcı faktör analizine ve farklılık analizlerine ait bulgulara yer verilmiştir.

4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Bu başlık altında, soru formunu doldurarak araştırmaya katılan 391 kişinin demografik özelliklerini gösteren bulgulara yer verilmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerine yönelik bulgular Tablo 4.1.'de gösterilmektedir.

Tablo 4.1.'de görüleceği üzere, katılımcıların %38,1'ini (149 kişi) X kuşağı, %32'sini (125 kişi) Bebek Patlaması kuşağı ve %29,9'unu (117 kişi) Y kuşağı oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan kuşakların dağılımlarına bakıldığında, birbirine yakın oranlarda dağılım gösterdikleri söylenebilir. Ayrıca, katılımcıların %56,3'ünün (220 kişi) erkek, %70,1'inin (274 kişi) ise evli olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan bireylerin eğitim durumu incelendiğinde, büyük bir çoğunluğunun (%53,5, 209 kişi) üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, araştırmaya katılan bireylerin eğitim düzeyinin yüksek olduğu söylenebilir. Katılımcıların aylık gelir düzeyi incelendiğinde ise %33,2'sinin (130 kişi) 3001-4500 TL arası, %31,5'inin (123 kişi) 1601-3000 TL arası aylık gelire sahip olduğu görülmektedir. Buna ek olarak, katılımcıların %31,5'i (123 kişi) özel sektörde, 27,1'i (106 kişi) ise kamu sektöründe çalışmaktadır.

Tablo 4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler		Sıklık (n)	Yüzde (%)
Kuşaklar	Bebek Patlaması	125	32,0
	X	149	38,1
	Y	117	29,9
	Toplam	391	100
Cinsiyet	Erkek	220	56,3
	Kadın	171	43,7
	Toplam	391	100
Medeni Durum	Evli	274	70,1
	Bekâr	117	29,9
	Toplam	391	100
Eğitim Durumu	İlkokul	13	3,3
	Ortaokul	28	7,2
	Lise	98	25,1
	Üniversite	209	53,5
	Lisansüstü	43	11,0
	Toplam	391	100
Aylık Gelir	1600 TL ve altı	56	14,3
	1601-3000 TL	123	31,5
	3001-4500 TL	130	33,2
	4501-6000 TL	42	10,7
	6001 TL ve üzeri	40	10,2
	Toplam	391	100
Meslek	Özel Sektör	123	31,5
	Kamu	106	27,1
	Emekli	99	25,3
	Öğrenci	11	2,8
	Serbest Meslek	15	3,8
	Çalışmıyor	37	9,5
	Toplam	391	100

4.2. Katılımcıların Seyahat Davranışlarına İlişkin Bulgular

Katılımcıların seyahat davranışlarına ilişkin bulgular Tablo 4.2.'de gösterilmektedir. Araştırmaya katılan bireylerin daha önce yavaş turizme katılıp katılmadığını belirlemek amacıyla, soru formunda yer alan bir sorudan elde edilen verilere göre katılımcıların %61,9'unun (242 kişi) daha önce yavaş turizme katıldığı ortaya çıkmıştır. Tablo 4.2. incelendiğinde ise katılımcıların %52,9'unun (207 kişi) gezip görmek, %35,5'inin (139 kişi) dinlenmek amacıyla tatile çıktığı görülmektedir.

Tablo 4.2.'de görüleceği üzere, araştırmaya katılan bireylerin çoğunluğunun (%50,4, 197 kişi) tercih ettikleri konaklama türü oteldir. Katılımcıların 26,9'u (105 kişi) ise konaklama türü olarak pansiyonu tercih etmektedir. Ayrıca, katılımcıların %37,1'i (145 kişi) her şey dâhil, %23'ü (90 kişi) ise oda-kahvaltı türünde konaklama yapmaktadır. Araştırmaya katılan bireylerin seyahat ederken tercih ettikleri ulaşım araçları incelendiğinde ise büyük bir çoğunluğunun (%60,1, 235 kişi) otomobil ile

seyahat etmeyi tercih ettiği görölmektedir. Katılımcıların konakladıkları ortalama gün sayısına yönelik elde edilen verilere göre ise katılımcıların %52,7'si (206 kişi) 6-10 gün arası, %40,2'si (157 kişi) 1-5 gün arası konaklama yapmaktadır. Bunlara ek olarak, araştırmaya katılan bireylerin %45,3'ünün (177 kişi) eşi ve çocuklarıyla, %22,8'inin (89 kişi) ise eşi ile birlikte tatile çıktıkları görölmektedir.

Tablo 4.2. Katılımcıların Seyahat Davranışlarına Yönelik Bulgular

Seyahat Davranışları	Sıklık (n)	Yüzde (%)
Daha Önce Yavaş Turizme Katılım Durumu	Evet	242
	Hayır	149
	Toplam	391
Tatile Çıkma Amacı	Dinlenmek	139
	Gezip Görmek	207
	Farklı Yaşam Tarzlarını Deneyimlemek	19
	Eğlence/Heyecan	26
	Toplam	391
Tercih Edilen Konaklama Türü	Otel	197
	Motel	14
	Pansiyon	105
	Kiralık Ev	47
	Çadır	21
	Hostel	5
	Diğer	2
	Toplam	391
		100
Tercih Edilen Konaklama Tipi	Sadece Oda	40
	Oda-Kahvaltı	90
	Yarım Pansiyon	48
	Tam Pansiyon	59
	Herşey Dahil	145
	Diğer	9
	Toplam	391
		100
Tercih Edilen Ulaşım Aracı	Uçak	60
	Otobüs	83
	Otomobil	235
	Tren	10
	Gemi/Feribot	2
	Diğer	1
	Toplam	391
		100
Ortalama Konaklama (Gün) Sayısı	1-5 Gün	157
	6-10 Gün	206
	11-15 Gün	23
	16 gün ve üzeri	5
	Toplam	391

Tablo 4.2. (Devamı) *Katılımcıların Seyahat Davranışlarına Yönelik Bulgular*

Tatile Kiminle Çıkıldığı	Yalnız	14	3,6
	Eşimle	89	22,8
	Çocuklarımla	5	1,3
	Eşim ve çocuklarımla	177	45,3
	Anne-Babamla	32	8,2
	Arkadaşlarımla	72	18,4
	Diğer	2	0,5
	Toplam	391	100

4.3. Normal Dağılım Testlerine İlişkin Bulgular

Araştırmada verilerin parametrik ya da parametrik olmayan analiz yöntemlerinden hangileri ile test edileceğini belirlemek amacıyla, öncelikle verilerin normal dağılıp dağılmadığı incelenmiştir. Parametrik testler, parametrik olmayan testlere kıyasla daha güçlü olmakla birlikte özellikle normal dağılıma sahip verilere uygulanmaktadır (Gegez, 2015, s. 289).

Verilerin normal dağılıma uygunluğunu test etmek amacıyla, ilk olarak yavaş turizme ilişkin tutum ölçeğinde yer alan ifadelerin aritmetik ortalama, ortanca ve mod istatistikleri incelenmiştir. İnceleme sonucunda, bu değerlerin birbirine yakın olduğu tespit edilmiştir. Bu değerlerin birbirine yakın olması, verilerin normal dağılıma yakın olduğunun bir göstergesidir (Köklü, Büyüköztürk ve Çokluk Bökeoğlu, 2006, s. 63). Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemenin başka bir yolu da verilerin çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerinin incelenmesidir (Coşkun vd., 2015, s. 165). Normal dağılımın göstergesi olan çarpıklık ve basıklık değerleri için standart bir değerin belirlenemediği görülmektedir. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2 ile +2 arasında olması durumunda verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilmektedir (George ve Mallery, 2003, s. 98). Bu kapsamda, araştırmada kullanılan yavaş turizme ilişkin tutum ölçeğindeki ifadelerin çarpıklık ve basıklık değerleri incelendiğinde, ifadelerin -2 ile +2 arasında değer aldıkları görülmüştür. Sonuç olarak, araştırmada analiz edilecek verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

4.4 Açıklayıcı Faktör Analizine İlişkin Bulgular

Faktör analizi, çok sayıdaki değişken arasından, birbiri ile yakın ilişkisi bulunan değişkenleri bir araya getirerek, değişkenleri belirli gruplar altında toplayan analizdir (Kozak, 2015, s. 150). Faktör analizi ile verilerin yapısını tanımlamak, verileri özetlemek, verilerin sayısını, üzerinde çalışılabilir bir sayıya düşürmek

amaçlanmaktadır (Nakip, 2006, s. 423). Faktör analizinde temel mantık, karmaşık bir olgunun daha az sayıda faktörler aracılığıyla açıklanabileceği düşüncesidir (Coşkun vd., 2015, s. 264). Ayrıca faktör analizi, hazırlanan ölçeğin yapı geçerliliği hakkında da bilgi vermektedir (Ural ve Kılıç, 2011, s. 281). Bu çalışmada, yavaş turizme ilişkin ifadelerin hangi faktörler altında yer alacağını belirlemek ve ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır.

Faktör analizine geçilmeden önce, verilerin faktör analizine uygun olup olmadığı kontrol edilmiştir. Bu kapsamda, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett Küresellik (Bartlett's Test of Sphericity) testlerinden yararlanılmıştır. KMO testi, örneklemin yeterli büyüklüğe sahip olup olmadığını ölçmek amacıyla kullanılmaktadır (Nakip, 2006, s. 429). KMO değerinin 0,5 ile 1,0 aralığında olması, verilerin faktör analizi için uygun olacağının bir göstergesidir (Coşkun vd., 2015, s. 268). Ayrıca, KMO değerinin 0,80 ve üzerinde olması “mükemmel”, 0,79-0,70 arasında “iyi”, 0,69 0,60 arasında olması “vasat”, 0,59-0,50 arasında “kötü” ve 0,49 ve altında olması ise “kabul edilemez” olarak ifade edilmektedir (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010, s. 104). Bu çalışmada ise KMO değeri 0,837 olarak hesaplanmıştır. Dolayısıyla, çalışmada ele alınan örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygun olduğu sonucuna varılmıştır.

Bartlett Küresellik Testi'ne göre ise veri setindeki değişkenler arasında yüksek korelasyonlar olması gerekmektedir (Nakip, 2006, s. 428). Diğer bir ifadeyle, Bartlett Küresellik Testi değişkenler arasında faktör analizi yapılabilecek güçte bir ilişki olup olmadığını analiz etmektedir (İslamoğlu, 2009, s. 234). Bartlett Küresellik Testi sonucunun anlamlı olması ($p: 0,00 < 0,05$), değişkenler arası ilişkilerin faktör analizi için anlamlı olduğunu ve veri setine faktör analizinin uygulanabileceğini göstermektedir (Gürbüz ve Şahin, 2014, s. 299). Bu çalışmada, Bartlett Küresellik Testi sonucunun anlamlılık değeri $p=0,000<0,05$ olarak belirlenmiştir. Tablo 4.3.'de KMO ve Bartlett Küresellik Testine ilişkin bulgulara detaylı olarak yer verilmiştir. Tablo 4.3.'den de anlaşılacağı üzere veri setinin faktör analizi için uygun olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 4.3. KMO ve Bartlett Küresellik Testlerine İlişkin Sonuçlar

KMO ve Bartlett Küresellik Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliği Değeri		,837
Bartlett Küresellik Testi	Ki-kare değeri	3363,108
	Sd	276
	p-	,000

Araştırmada, faktör analizinin yapılması için gerekli olan tüm koşulların uygun olduğu belirlendikten sonra veri setine faktör analizi uygulanmıştır. Açıklayıcı faktör analizinin gerçekleştirilmesinde temel bileşenler analizi (principal components analysis) tercih edilmiştir. Temel bileşenler analizi, değişkenlerin, her faktörde yer alan ifadeler arasındaki ilişkinin en çok, faktörler arasındaki ilişkinin ise sıfıra yakın bir değere sahip olacak şekilde sınıflandırılmasıdır (Nakip, 2006, s. 430). Faktör sayısının belirlenmesinde ise Kaiser ölçütü dikkate alınmıştır. Bu ölçüte göre öz değeri (eigenvalue) 1’den büyük olan faktörler anlamlı kabul edilmektedir (Erdoğan, 2003, s. 358). Yapılan faktör analizi sonucunda öz değeri 1’den büyük olan beş adet faktör belirlenmiştir.

Faktör sayısı belirleme yöntemlerine döndürme (rotasyon) uygulanmadığı takdirde, faktör analizi sonuçlarının yorumlanması zorlaşmaktadır (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012, s. 201). Bu nedenle, analiz sonuçlarının yorumlanmasını kolaylaştırmak amacıyla döndürme (rotasyon) işlemine başvurulmaktadır (Erdoğan, 2003, s. 340). Bu doğrultuda, araştırma kapsamında faktör analizi uygulanırken dik döndürme yöntemlerinden biri olan “Varimax” yöntemi kullanılmıştır. Varimax yöntemi faktörlerin isimlendirilmesinde (yorumlanmasında) kolaylık sağlayan ve en yaygın kullanılan döndürme yöntemidir (Coşkun vd., 2015, s. 279). Bu yöntemde, daha az değişkenle faktör varyanslarının en büyük olması sağlanacak şekilde döndürme yapılmaktadır (Tavşancıl, 2006, s. 50).

Faktör analizi aşamasında, ölçekte yer alan ifadelerin faktör yüklerine dikkat edilmesi gerekmektedir (Büyüköztürk, 2011, s. 125). Çokluk vd. (2012, s. 194) bir ifadenin faktör yük değerinin en az 0,30 olması yönünde yaygın bir görüşün olduğunu ancak bu değerin en az 0,40 olması gerektiğini savunan kuramcılarında mevcut olduğunu belirtmektedir. Kozak (2015, s. 150), ifadelerin faktör yük değerinin en az 0,40 olması gerektiğini savunan araştırmacılardan biridir. Bu araştırmada ölçekte yer

alan ifadelerin faktör yüklerinin 0,40'ın üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Bir ifadenin birden fazla faktöre yük vermesi durumunda ise yük değerleri arasındaki farkın 0,10 olması gerektiği belirtilmektedir (Büyüköztürk, 2011, s. 125). Araştırma kapsamında, ifadelerin faktör yükleri kontrol edildiğinde, birden fazla değişkene faktör yükü veren ifadelerin yükleri arasındaki farkın 0,10'dan daha fazla olduğu görülmüştür.

Tablo 4.4.'de araştırmada uygulanan faktör analizine, ortalamalara, standart sapmalara, özdeğerlere, Cronbach Alpha değerlerine ve varyans yüzdelere ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Yavaş turizme ilişkin tutum ölçeğine yapılan faktör analizi sonucunda, beş faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu faktörler; çevre, yerellik, yavaşlık, yerel ekonomi ve zaman olarak isimlendirilmiştir. Faktörlerin isimlendirilmesinde, faktör yükü en fazla olan madde temel alınmıştır (Nakip, 2006, s. 416). Bununla birlikte, faktörler isimlendirilirken alanyazından yararlanılmıştır.

Tablo 4.4. Faktör Analizi, Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri

Faktörler ve İfadeler	Faktör Yükleri					Ort.	S.S
	1	2	3	4	5		
Çevre							
Seyahat ederken çevreye zararı az olan ulaşım araçları (tren, otobüs gibi) tercih edilmelidir.	,872					3,3529	1,42261
Tatil boyunca yapılan aktivitelerin sonraki etkileri (çevreye verdiği zarar gibi) konusunda dikkatli olunmalıdır.	,857					3,5217	1,51367
Tatil bölgesinde çevreye zarar vermemek için toplu taşıma araçları kullanılmalıdır.	,843					3,4527	1,29780
Karbon ayak izini (atmosfere yayılan karbon miktarını) azaltmak için tek bir tatil bölgesinde uzun süre kalmak gerekir.	,785					3,0486	1,01536
Enerji kaynaklarını daha az harcayan konaklama türleri (kamp alanları, pansiyon vb.) tercih edilmelidir.	,720					3,5806	1,24983
Karbon ayak izini (atmosfere yayılan karbon miktarını) azaltmak için kısa mesafelere seyahat etmek gerekir.	,653					3,2148	,98963

Tablo 4.4. (Devamı) *Faktör Analizi, Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri*

Yerellik							
Tatil bölgesinde yerel halk ile iletişime geçmek önemlidir.		,782				4,2660	,78502
Turist ve yerel halk arasındaki kültürel etkileşim, turist deneyiminin önemli bir parçasıdır.		,777				4,3555	,71178
Tatil bölgesinin yerel yemeklerini deneyimlemek önemlidir.		,633				4,5448	,58390
Tatil bölgesinin kültürel ve tarihi yerleri ziyaret edilmelidir.		,592				4,5882	,58771
Tatil bölgesinin yerel kültürünü öğrenmek önemlidir.		,569				4,4194	,63491
Yerel halkın işlettiği küçük işletmelerde (pansiyon, motel vb.) konaklamak, yerel halk ile etkileşimi artırır.		,536				4,2762	,68719
Tatil bölgesinde toplu taşıma araçlarını kullanmak, yerel halk ile etkileşimi artırır.		,435				4,0537	,76103
Yavaşlık							
Yolculuğun keyfini çıkarmak için acele etmeden (manzara eşliğinde) seyahat etmek gerekir.			,700			4,5729	,58981
Doğayla iç içe yapılan sakin bir tatil, fiziksel olarak dinlendirir.			,663			4,5550	,59607
Tatil bölgesinde araba kullanmak yerine bisiklete binmek veya yürüyüş yapmak, bölgenin daha iyi keşfedilmesini sağlar.			,646			4,2762	,79448
Tatil bölgesinde doğayla iç içe yapılan aktiviteler (doğa yürüyüşü, bisiklete binmek, rafting vb.) keyif vericidir.			,627			4,6445	,56293
Yolculuğun kendisi, tatil deneyiminin bir parçasıdır.			,452			4,2864	,69044
Yerel Ekonomi							
Tatil bölgesinde yerel halkın ürettiği ürünler için daha fazla para ödenebilir.				,791		3,8568	,79740
Tatil bölgesinin yerel ürünlerini satın almak önemlidir.				,732		4,0537	,77769

Tablo 4.4. (Devamı) *Faktör Analizi, Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri*

Büyük otel zincirlerinde konaklamak yerine, yerel halkın işlettiği küçük işletmelerde konaklamak, yerel halka katkı sağladığı için önemlidir.					,676	4,2276	,73509
Zaman							
Tatil bölgesinde kalış süresini uzatmak, zihinsel olarak rahatlatır.					,783	3,8645	,97114
Sınırlı zamanda çok yeri gezmek yerine, bir yeri detaylıca öğrenmek daha önemlidir.					,714	3,7289	1,13597
Tatil bölgesinde kalış süresini uzatmak, bölgeyi keşfetmeye olanak tanır.					,617	4,3402	,76420
Cronbach Alpha Değeri	,880	,799	,702	,703	,619		
Toplam Cronbach Alpha Değeri	,808						
Özdeğer (Eigenvalue)	3,821	3,166	2,512	1,999	1,864		
Açıklanan Varyans (%)	15,91	13,19	10,46	8,33	7,76		
Açıklanan Toplam Varyans (%)	55,67						

Sosyal bilimler alanında açıklanan toplam varyans değerinin %40 ile %60 arasında olmasının yeterli olarak kabul edildiği belirtilmektedir (Tavşancıl, 2006, s. 48). Tablo 4.4.'de görüleceği üzere, beş faktörlü bir yapıya sahip olan bu ölçekle toplam varyansın %55,67'si açıklanmıştır. Bu bağlamda, araştırmanın toplam varyans değerinin yeterli olduğu görülmektedir. Çevre faktörü toplam varyansın %15,91'ini, yerellik faktörü %13,19'unu, yavaşlık faktörü %10,46'sını, yerel ekonomi faktörü %8,33'ünü ve zaman faktörü %7,76'sını açıklamaktadır.

Faktör analizi sonucunda, ortaya çıkan faktörlerin Cronbach Alpha değerlerine bakıldığında, çevre faktörünün 0,880, yerellik faktörünün 0,799, yavaşlık faktörünün 0,702, yerel ekonomi faktörünün 0,703 ve zaman faktörünün 0,619 güvenilirlik katsayısına sahip olduğu görülmektedir. Ölçeğin toplam güvenilirlik katsayısı ise 0,808'dir. Cronbach Alpha değeri 0,60 ile 0,80 aralığında olduğunda güvenilirliğinin iyi, 0,80 ile 1,00 aralığında olduğunda ise güvenilirliğin yüksek olduğu belirtilmektedir (Kozak, 2015, s. 146). Dolayısıyla, bu sonuçlar ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.

4.5. Farklılık Analizlerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde, Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının seyahat davranışları ve yavaş turizme yönelik tutumları arasındaki farklılıkların belirlenmesi amacıyla, farklılık analizlerine ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Kuşakların seyahat

davranışlarına yönelik profillerinin belirlenmesi için çapraz tablolardan yararlanılmıştır. Ardından, kuşakların, seyahat davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların olup olmadığını tespit etmek amacıyla ki-kare testi yapılmıştır. Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının yavaş turizme yönelik tutumları arasında anlamlı farklılıkların olup olmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (One-way ANOVA) kullanılmıştır.

Öncelikle, Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının seyahat davranışlarının farklılaşıp farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda, kuşakların seyahat davranışları çapraz tablo yöntemi ile belirlenmiş ve seyahat davranışları arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığını tespit etmek amacıyla ki-kare testi uygulanmıştır. Ki kare testinin sonuçlarına göre kuşaklar arasında, yavaş turizme katılım durumları, tatile çıkma amaçları, tercih ettikleri konaklama türü, konaklama tipi ve seyahat ederken tercih ettikleri ulaşım araçları yönünden anlamlı bir farklılık görülmemektedir. Yalnızca konaklanan gün sayısı ve tatile çıkılan kişiler yönünden anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Ki-kare testinin sonuçlarına ilişkin bulgular Tablo 4.5.'de gösterilmektedir.

Tablo 4.5. *Bebek Patlaması, X ve Y Kuşaklarının Seyahat Davranışları Arasındaki Farklılıklar*

Seyahat Davranışları		Kuşaklar			Toplam	Ki-Kare Değeri (Sig.)
		Bebek Patlaması	X	Y		
Yavaş Turizme Katılma Durumu	Evet	77 (%61,6)	89 (%59,7)	76 (%65)	242 (%61,9)	,682
	Hayır	48 (%38,4)	60 (%40,3)	41 (%35)	149 (%38,1)	
Tatile Çıkma Amacı	Dinlenmek	34 (%27,2)	62 (%41,6)	43 (%36,8)	139 (%35,5)	,006
	Gezip görmek	70 (%56,0)	75 (%50,3)	62 (%53,0)	207 (%52,9)	
	Farklı yaşam tarzlarını deneyimlemek	5 (%4,0)	5 (%3,4)	9 (%7,7)	19 (%4,9)	
	Eğlence/Heyecan	16 (%12,8)	7 (%4,7)	3 (%2,6)	26 (%6,6)	
Tercih Edilen Konaklama Türü	Otel	65 (%52,0)	83 (%55,7)	49 (%41,9)	197 (%50,4)	,089
	Motel	5 (%4,0)	5 (%3,4)	4 (%3,4)	14 (%3,6)	
	Pansiyon	31 (%24,8)	39 (%26,2)	35 (%29,9)	105 (%26,9)	
	Kiralık ev	17 (%13,6)	15 (%10,1)	15 (%12,8)	47 (%12,0)	

Tablo 4.5. (Devamı) *Bebek Patlaması, X ve Y Kuşaklarının Seyahat Davranışları Arasındaki Farklılıklar*

	Çadır	3 (%2,4)	5 (%3,4)	13 (%11,1)	21 (%5,4)	
	Hostel	2 (%1,6)	2 (%1,3)	1 (%0,9)	5 (%1,3)	
	Diğer	2 (%1,6)	0	0	2 (%0,5)	
Tercih Edilen Konaklama Tipi	Sadece Oda	16 (%12,8)	10 (%6,7)	14 (%12,0)	40 (%10,2)	,051
	Oda-Kahvaltı	31 (%24,8)	38 (%25,5)	21 (%17,9)	90 (%23,0)	
	Yarım Pansiyon	11 (%8,8)	22 (%14,8)	15 (%12,8)	48 (%12,3)	
	Tam Pansiyon	13 (%10,4)	18 (%12,1)	28 (%23,9)	59 (%15,1)	
	Herşey Dâhil	50 (%40,0)	57 (%38,3)	38 (%32,5)	145 (%37,1)	
	Diğer	4 (%3,2)	4 (%2,7)	1 (%0,9)	9 (%2,3)	
	Toplam	125	149	117	391	
Tercih Edilen Ulaşım Aracı	Uçak	15 (%12,0)	23 (%15,4)	22 (%18,8)	60 (%15,3)	,090
	Otobüs	32 (%25,6)	23 (%15,4)	28 (%23,9)	83 (%21,2)	
	Otomobil	70 (%56,0)	101 (%67,8)	64 (%54,7)	235 (%60,1)	
	Tren	5 (%4,0)	2 (%1,3)	3 (%2,6)	10 (%2,6)	
	Gemi/Feribot	2 (%1,6)	0	0	2 (%0,5)	
	Diğer	1 (%0,8)	0	0	1 (%0,3)	
	Toplam	125	149	117	391	
Ortalama Konaklanan Gün Sayısı	1-5 gün	64 (%51,2)	66 (%44,3)	2 (%1,3)	157 (%40,2)	,000*
	6-10 gün	52 (%41,6)	78 (%52,3)	76 (%65,0)	206 (%52,7)	
	11-15 gün	7 (%5,6)	3 (%2,0)	13 (%11,1)	23 (%5,9)	
	16 gün ve üzeri	2 (%1,6)	2 (%1,3)	1 (%0,9)	5 (%1,3)	
	Toplam	125	149	117	391	
Tatile Kiminle Çıkıldığı	Yalnız	5 (%4,0)	5 (%3,4)	4 (%3,4)	14 (%3,6)	,000*
	Eşimle	30 (%24)	20 (%13,4)	39 (%33,3)	89 (%22,8)	
	Çocuklarımla	0	2 (%1,3)	3 (%2,6)	5 (%1,3)	
	Eşim ve Çocuklarımla	30 (%24)	90 (%60,4)	57 (%48,7)	177 (%45,3)	

Tablo 4.5. (Devamı) *Bebek Patlaması, X ve Y Kuşaklarının Seyahat Davranışları Arasındaki Farklılıklar*

	Anne-Babamla	24 (%19,2)	8 (%5,4)	0	32 (%8,2)
	Arkadaşlarımla	34 (%27,2)	24 (%16,1)	14 (%12)	72 (%18,4)
	Diğer	2 (%1,6)	0	0	2 (%0,5)
	Toplam	125	149	117	391

Tablo 4.5.'den de görüleceği üzere, kuşakların yavaş turizme katılma durumları incelendiğinde, üç kuşağın da daha önce yavaş turizme katıldığı görülmektedir. Bebek patlaması kuşağındaki bireylerin %61,6'sı (77 kişi), X kuşağındaki bireylerin %59,7'si (89 kişi) ve Y kuşağındaki bireylerin ise %65'i (76 kişi) daha önce yavaş turizme katılmıştır. Kuşakların tatile çıkma amaçları incelendiğinde ise gezip görmek amacıyla tatile çıktıkları görülmektedir. Bebek Patlaması kuşağındakilerin %56'sı (70 kişi), X kuşağındakilerin %50,3'ü (75 kişi) ve Y kuşağındakilerin %53'ü (62 kişi) gezip görmek amacıyla tatile çıkmaktadır. Kuşakların gezip görmek amacından sonra dinlenmek amacıyla tatile çıktığı tespit edilmiştir.

Tablo 4.5. incelendiğinde, kuşakların genellikle tercih ettikleri konaklama türünün otel olduğu görülmektedir. Otelden sonra ise çoğunlukla pansiyon tercih edilmektedir. Bebek Patlaması kuşağının %52'si (65 kişi) oteli, %24,8'i (31 kişi) ise pansiyonu tercih etmektedir. X kuşağındaki bireylerin %55,7'si (83 kişi) oteli tercih ederken %26,2'si (39 kişi) pansiyonu tercih etmektedir. Y kuşağındaki bireylerin ise %41,9'u (49 kişi) otelde, %29,9'u (35 kişi) pansiyonda konaklamayı tercih etmektedir. Kuşakların tercih ettikleri konaklama tipleri incelendiğinde ise Bebek Patlaması ve X kuşağının en çok herşey dâhil ve oda kahvaltı tipi konaklamayı, Y kuşağının ise en çok herşey dâhil ve tam pansiyon tipinde konaklamayı tercih ettiği görülmektedir. Bebek Patlaması kuşağındaki bireylerin %40'ı (50 kişi) herşey dâhil konaklamayı, %24,8'i (31 kişi) oda-kahvaltı tipi konaklamayı, X kuşağındaki bireylerin ise %38,3'ü (57 kişi) herşey dâhil, %25,5'i (38 kişi) oda kahvaltı tipi konaklamayı tercih etmektedir. Y kuşağındaki bireylerin %32,5'i (38 kişi) herşey dâhil konaklamayı tercih ederken, %23,9'u (28 kişi) genellikle tam pansiyonda konaklamaktadır.

Kuşakların tatil amaçlı seyahatlerinde tercih ettikleri ulaşım araçları incelendiğinde, en çok otomobilin tercih edildiği görülmektedir. Seyahat ederken Bebek Patlaması kuşağındaki katılımcıların %56'sı (70 kişi) otomobili, %25,6'sı (32 kişi) otobüsü tercih etmektedir. X kuşağındaki katılımcıların %67,8'i (101 kişi) otomobili,

%15,4'ü (23 kişi) otobüsü ve %15,4'ü (23 kişi) uçağı tercih etmektedir. Y kuşağındaki katılımcıların ise %54,7'si (64 kişi) otomobili tercih ederken, %23,9'u (28 kişi) otobüsü tercih etmektedir.

Tablo 4.5'den de görüleceğı üzere, Bebek Patlaması, X ve Y kuşakları arasında tatilde konaklanan gün sayısı bakımından anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (sig. 0,000 < 0,05). Bebek Patlaması kuşağında yer alan katılımcıların %51,2'si (64 kişi) 1-5 gün, %41,6'sı (52 kişi) 6-10 gün konaklama yapmaktadır. X kuşağında yer alan bireylerin, %52,3'ü (78 kişi) 6-10 gün, %44,3'ü (66 kişi) 1-5 gün konaklama yapmaktadır. Y kuşağındaki bireylerin ise %65'i (76 kişi) 6-10 gün, %11,1'i (13 kişi) 11-15 gün konaklama yapmaktadır.

Kuşakların seyahat davranışları arasında tespit edilen diğeri bir farklılık da seyahatlerini kiminle/kimlerle gerçekleştirdikleridir (sig. 0,000<0,05). Bebek Patlaması kuşağındaki katılımcıların %27,2'si (34 kişi) arkadaşlarıyla, %24'ü eşiyle (30 kişi) ve %24'ü (30 kişi) de eşi ve çocuklarıyla seyahat etmektedir. X kuşağındaki bireylerin %60,4'ü (90 kişi) eşi ve çocuklarıyla, %16,1'i (24 kişi) arkadaşlarıyla seyahat etmektedir. Y kuşağındaki bireylerin ise %48,7'si (57 kişi) eşi ve çocuklarıyla, %33,3'ü (39 kişi) eşiyle seyahat etmektedir.

Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının, yavaş turizmin faktör boyutlarına (çevre, yerellik, yavaşlık, yerel ekonomi, zaman) yönelik tutumları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı tek yönlü varyans analizi (One-way ANOVA) ile incelenmiştir. Analiz sonucunda gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu durumlarda, farkın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek amacıyla Post-hoc çoklu karşılaştırma analizlerine başvurulmuştur (Coşkun vd., 2015, s. 200). ANOVA testinin sonuçlarına ilişkin bulgular Tablo 4.6.'da gösterilmektedir.

Tablo 4.6. Kuşakların Yavaş Turizmin Faktör Boyutlarına Yönelik Tutumlarının Karşılaştırılması

Faktörler	Kuşaklar	n	O.	S.S.	F	p	Post-Hoc
Çevre	Bebek Patlaması (1)	125	2,5120	0,62511	151,879	,000*	1-2 1-3 2-3
	X (2)	149	3,4262	0,98208			
	Y (3)	117	4,1880	0,48172			
Yerellik	Bebek Patlaması (1)	125	4,4583	0,35241	12,251	,000*	1-2 2-3
	X (2)	149	4,2157	0,52793			
	Y (3)	117	4,4310	0,42444			
Yavaşlık	Bebek Patlaması (1)	125	4,5696	0,37162	7,123	,001*	1-2
	X (2)	149	4,3718	0,47988			
	Y (3)	117	4,4786	0,43387			
Yerel Ekonomi	Bebek Patlaması (1)	125	4,1413	0,56044	6,344	,002*	1-2 2-3
	X (2)	149	3,9083	0,62103			
	Y (3)	117	4,1197	0,61970			
Zaman	Bebek Patlaması (1)	125	4,0880	0,69708	2,627	,074	-
	X (2)	149	3,8859	0,74412			
	Y (3)	117	3,9772	0,73595			

Tablo 4.6’da boyutların ortalamalarına bakıldığında, kuşakların yavaşlık ve yerellik boyutuna yönelik tutumlarının daha olumlu olduğu görülmektedir. Bebek Patlaması ve X kuşaklarının çevre boyutuna yönelik tutumları, diğer boyutlara göre daha olumsuzdur. Y kuşağının ise zaman boyutuna yönelik tutumunun diğer boyutlara göre daha olumsuz olduğu görülmektedir.

Tablo 4.6. incelendiğinde, kuşakların, yavaş turizmin çevre, yerellik, yavaşlık ve yerel ekonomi boyutlarına yönelik tutumları arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Zaman boyutuna yönelik ise anlamlı bir farklılık görülmemektedir. Üç kuşağın çevre boyutuna yönelik tutumları birbirinden farklılaşmaktadır. Çevre boyutuna yönelik ortalamalara bakıldığında, Y kuşağının ortalamasının diğer kuşaklara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, Y kuşağının, çevre boyutuna yönelik tutumunun diğer kuşaklara göre daha olumlu olduğu söylenebilir. Bebek Patlaması kuşağının çevre boyutuna ilişkin ortalamasına bakıldığında ise diğer kuşaklara göre çevre boyutunu daha az önemsemediği görülmektedir.

Yavaş turizmin yerellik boyutuna yönelik anlamlı farklılığın, Bebek Patlaması ile X kuşağı arasında ve Y kuşağı ile X kuşağı arasında olduğu görülmüştür. Yerellik boyutuna yönelik ortalamalara bakıldığında, Bebek Patlaması kuşağının X kuşağına göre, Y kuşağının ise X kuşağına göre yerelliğe yönelik tutumlarının daha olumlu olduğu söylenebilir. Kuşakların yavaşlık boyutuna yönelik tutumları arasındaki farklılıklar incelendiğinde ise Bebek Patlaması ve X kuşağı arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Yavaşlık boyutuna yönelik ortalamalara bakıldığında, Bebek Patlaması kuşağının, X kuşağına göre yavaşlık boyutuna ilişkin tutumunun daha olumlu olduğu görülmektedir.

Kuşakların yerel ekonomiye yönelik tutumları arasındaki farklılıklar incelendiğinde, Bebek Patlaması ile X kuşakları arasında ve X ile Y kuşakları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Yerel ekonomi boyutunun ortalamaları incelendiğinde, Bebek patlaması kuşağının ortalamasının X kuşağına göre daha yüksek olduğu, Y kuşağının ortalamasının ise X kuşağına göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, X kuşağının yerel ekonomiye yönelik tutumunun diğer kuşaklara göre daha olumsuz olduğu söylenebilir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın temel amacı, Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının yavaş turizme yönelik tutumları arasında farklılıkların olup olmadığını ortaya koymaktır. Yavaş turizme yönelik tutumları olumlu olan kuşakların, yavaş turizme katılmaya da eğilimli olacağı düşünülmektedir. Bu durumda, yavaş turizme eğilimli olan kuşakların özellikleri de dikkate alınarak yavaş turizme özgü pazarlama karması oluşturulabilecektir. Dolayısıyla, araştırmanın bulguları, yavaş turizm olgusunu ortaya çıkararak pazarlamaya çalışan destinasyon ve konaklama işletmeleri yöneticileri açısından önemlidir.

Araştırma kapsamında, Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının seyahat davranışları da incelenmiş ve kuşakların seyahat davranışları arasında anlamlı farklılıkların olup olmadığı tespit edilmiştir. Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının seyahat davranışları incelendiğinde, tatile çıkma amaçları, tercih ettikleri konaklama türü, konaklama tipi, seyahat ederken tercih ettikleri ulaşım araçları benzerlik göstermektedir. Gezip görmek amacıyla tatile çıkan bu üç kuşak, genellikle oteli ve her şey dâhil konaklamayı tercih etmektedir. Bu durumun, Türkiye’de her şey dâhil otel sisteminin yaygın bir biçimde kullanılmasından ve her şey dâhil sisteminin sunduğu paketlerin kuşaklara daha cazip

gelmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Bu üç kuşağın tatil amaçlı seyahatlerinde ise otomobil ile seyahat etmeyi tercih ettiği görülmektedir. Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının seyahat davranışları incelendiğinde, yavaş turizme uygun olarak hareket etmedikleri belirlenmiştir.

Kuşakların seyahat davranışları içinde incelenen ortalama konaklanan gün sayısı ve tatile kiminle çıkıldığı konusunda ise kuşaklar arasında anlamlı farklılıklar görülmüştür. Bebek Patlaması kuşağı tatillerinde ortalama 1-5 gün konaklarken, X ve Y kuşakları 6-10 gün konaklamaktadır. Bu bağlamda, X ve Y kuşaklarının, Bebek Patlaması kuşağına göre tatillerde daha uzun süre konakladığı söylenebilir. Bebek Patlaması kuşağının, bir destinasyonda daha uzun süre konaklamak yerine birden çok destinasyonu gezerek daha fazla deneyim elde etmek istemesinden dolayı daha az konaklama yaptığı düşünülmektedir. Li vd. (2013, s. 151), Y kuşağının, tatil destinasyonunda diğer kuşaklara göre daha uzun süre kalmaya eğilimli olduğunu belirtmektedir. Bu çalışmada, X kuşağının da Bebek Patlaması kuşağına göre daha uzun süre konakladığı belirlenmiştir. Ayrıca, Bebek Patlaması kuşağı genellikle arkadaşları ile tatile çıkarken, X ve Y kuşaklarının eşi ve çocuklarıyla tatile çıktığı görülmektedir. Bu bulgudan hareketle, Bebek Patlaması kuşağının kendi yaşlıları ile tatile çıkmaktan hoşlandığı, X ve Y kuşaklarının ise tatilde eşi ve çocukları ile zaman geçirmeyi sevdiği söylenebilir.

Araştırmada, kuşakların yavaş turizme ilişkin tutumları beş faktörde toplanmıştır. Bu faktörler, çevre, yerellik, yavaşlık, yerel ekonomi ve zamandır. Araştırma sonuçlarına göre kuşakların çevre, yerellik, yavaşlık, yerel ekonomi faktörlerine ilişkin tutumları arasında anlamlı farklılıklar görülmektedir. Zaman faktörüne ilişkin tutumları ise anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, Bebek Patlaması kuşağının yavaş turizmin çevre boyutuna yönelik tutumu diğer kuşaklara göre daha olumsuz iken, Y kuşağının çevre faktörüne yönelik tutumunun diğer kuşaklara göre daha olumlu olduğu görülmektedir. Bunun nedeni, Y kuşağının erken yaşlarda çevreyi korumaya yönelik eğitim alması, Bebek Patlaması kuşağının ise yaşadığı dönemlerde çevre problemlerinin bu denli yaygın olmaması ve çevreyi korumaya yönelik eğitim almaması olabilir. Y kuşağının çevre boyutuna yönelik tutumunun olumlu olmasına karşın, bu kuşağın tatil yaparken çevreyi göz ardı ettiği görülmektedir. Kuşak, seyahat ederken yüksek karbon emisyonuna sahip olan otomobili tercih etmekte, enerji kaynaklarının daha fazla kullanıldığı, karbon emisyonu daha fazla olan her şey dâhil

konaklama tipinde ve otellerde konaklama yapmaktadır. Benzer şekilde, Bebek Patlaması ve X kuşaklarının da tatilleri sırasında çevreyi dikkate almadıkları görülmektedir. Bu noktadan hareketle, Y kuşağı da dâhil olmak üzere Bebek Patlaması ve X kuşakları özellikle atmosfere salınan karbon miktarının, küresel ısınma, iklim değişikliği gibi ciddi çevre sorunlarına sebep olduğu konusunda daha fazla bilinçlendirilmelidir. Kuşakları, tatil planı yaparken karbon emisyonu konusunda bilgilendirmek amacıyla, çevrim içi tatil siteleri, basılı seyahat broşürleri, seyahat acentelerinin ve tur operatörlerinin hazırladıkları görseller bu doğrultuda düzenlenebilir.

Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının yavaş turizmin yerellik boyutuna yönelik tutumunun olumlu olduğu görülmektedir. Ancak, Bebek Patlaması ve Y kuşağının tutumu, X kuşağına göre nispeten daha olumludur. Dolayısıyla bu kuşaklar, yerel insanlarla iletişime geçmek, yerel yemekleri deneyimlemek, yerel kültürü öğrenmek gibi deneyimlerden hoşlanmaktadır. Alanyazında da özellikle Bebek Patlaması ve Y kuşağının, tatilleri sırasında yerel deneyimler elde etmek istediği belirtilmektedir (Hudson, 2010; Pendergast, 2010). Ayrıca araştırmada, Bebek Patlaması ve Y kuşağının yerel ekonomiye katkı sağlama konusuna, X kuşağına göre daha olumlu baktığı görülmektedir. X kuşağının ekonomik sıkıntıların yaşandığı bir dönemde yetişmesi nedeniyle daha tutumlu olmasından dolayı, yerel ekonomi faktörüne yönelik tutumunun daha olumsuz olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda, X kuşağı yerel ekonomiye katkı sağlamanın, sürdürülebilir yerel kalkınma açısından önemli olduğu konusunda daha fazla bilinçlendirilmelidir.

Kuşakların, yavaş turizmin yavaşlık boyutuna yönelik tutumunun da olumlu olduğu görülmektedir. Araştırma sonuçlarına göre kuşaklar, daha sakin tatil yapmaya olumlu bakmaktadır. Buna ek olarak, hem tatil destinasyonuna seyahatleri esnasında hem de tatil destinasyonunda yavaş turizme uygun ulaşım araçlarını tercih etme eğiliminde olduğu görülmektedir. Ancak, yavaş ulaşım araçlarına ilişkin tutumları olumlu olsa da Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının tatil amaçlı seyahatlerinde yavaş ulaşım araçlarını tercih etmediği görülmektedir. Kuşakların rahatlık konusunda daha avantajlı olmasından dolayı, genellikle seyahatlerinde otomobili tercih ettiği düşünülmektedir. Bu nedenle, kuşaklar seyahat ederken yavaş turizme uygun ve karbon emisyonu daha düşük olan otobüsü ve treni kullanmaya teşvik edilmelidir. Bu doğrultuda, tren ile ulaşım imkânı olmayan şehirlere ulaşımın sağlanabilmesi için demiryollarına yeni güzergâhlar eklenebileceği düşünülmektedir. Tren ve otobüslerdeki

yolcu koltuğu sayısı azaltılarak koltuklar arasındaki mesafenin daha geniş olması ve daha kaliteli hizmetler sunulması gibi imkânlar sağlanarak yolculuk daha konforlu hale getirilebilir. Bu konfor ile birlikte, bireylerin yavaş turizm kapsamında yer alan ulaşım araçlarından tren veya otobüs ile seyahati teşvik edilebilir. Ayrıca, otobüs ve trenin teşvik edilmesi amacıyla bilet fiyatlarında çeşitli indirimler yapılabilir.

Yavaş turizmin diğer bir boyutu olan zaman boyutuna yönelik ortalamalar incelendiğinde ise Bebek Patlaması kuşağının zaman boyutuna ilişkin ortalamasının X ve Y kuşağına göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla Bebek Patlaması kuşağı, kalış süresini uzatmanın bölgeyi keşfetmeye olanak tanıdığı, zihinsel olarak rahatlattığı ve sınırlı zamanda birçok yeri gezmek yerine bir yeri detaylıca öğrenmenin daha önemli olduğu konularında diğer kuşaklara göre daha olumlu düşünmektedir. Ancak, Bebek Patlaması kuşağının seyahat davranışları incelendiğinde, kuşağın daha kısa süreli konaklama yaptığı görülmektedir.

Araştırma sonuçları değerlendirildiğinde, turizm sektöründeki uygulayıcılara aşağıdaki öneriler sunulabilir;

- Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının yerellik boyutuna yönelik tutumlarının olumlu olduğu görülmektedir. Üç kuşağın da yerel deneyimler elde etmek istediği belirlenmiştir. Bu noktadan hareketle, kuşakların farklı karakteristik özellikleri de dikkate alınarak, konaklama işletmelerinde ve tatil destinasyonlarında yerellik ön plana çıkarılabilir. Konaklama işletmeleri yöneticileri, işletmelerinin mimarisini yerel kültürü yansıtacak şekilde tasarlayabilir. Bu işletmelerde, yöresel ürünler ve yerel yemekler sunulabilir. Tatil destinasyonunda ise yerel lezzetlerin, yerel kültürün tanıtıldığı, yerel halk ile turistlerin bir araya geldiği yerel festivaller yapılabilir. Destinasyonda, yerel halkın ürettiği ürünleri satabileceği yerel pazarlar kurulabilir.
- Bebek Patlaması ve Y kuşağının yerel ekonomiye katkı sağlama konusunda olumlu düşündüğü görülmektedir. Bu noktadan hareketle, yerel halk tarafından işletilen küçük konaklama işletmelerinin sayısı artırılabilir. Bu konaklama işletmelerinin, çevrim içi tatil sitelerinde ve yazılı seyahat broşürlerinde yer alması sağlanabilir ve seyahat acenteleri ve tur operatörleri tarafından tanıtımı yapılabilir. X kuşağının ise yerel ekonomiye katkı sağlamasını teşvik etmek amacıyla yerel ürünlerin özellikleri ön plana çıkarılabilir.

- Araştırmanın bir başka sonucu, kuşakların yavaşlık faktörüne yönelik tutumlarının da olumlu olduğudur. Bu doğrultuda, kuşaklar, destinasyonda bisiklet ve toplu taşıma aracı gibi yavaş turizme uygun olan yavaş ulaşım araçlarını kullanmaya teşvik edilebilir. Belediyeler, destinasyonda kuşakları toplu taşıma araçlarını kullanmaya teşvik etmek amacıyla araçların hızlı, güvenilir, temiz ve bakımlı olmasına daha fazla özen gösterebilir ve ücretsiz aktarma hizmeti sunabilir. Toplu taşıma araçlarının rotalarını gösteren haritalar duraklara asılarak, turistlerin bu hizmetten daha rahat faydalanması sağlanabilir. Toplu taşımanın yanında bisikletin de teşvik edilmesi için bisiklet yolları artırılabilir ve uygun fiyata bisiklet kiralama olanağı sağlanabilir. Yerel yönetimlerin hazırlayacağı ulaşım planlarında bisiklet, toplu taşıma araçları ile bütünleşik olacak şekilde değerlendirilebilir. Yavaş ulaşım araçlarının yanında, yavaşlık faktörü içinde yer alan yavaş konaklama türlerinden, doğa ile iç içe olmayı sağlayan küçük eko pansiyonların ve çiftlik evlerinin sayısı artırılabilir. Bu işletmelere olan talebi arttırmak için, seyahat acenteleri ve tur operatörleri tarafından işletmelerin tanıtımları yapılabilir. Çevrim içi tatil sitelerinde bu işletmelere yer verilebilir.
- Tatil destinasyonunda kuşakların özelliklerine göre yavaş turizme özgü aktiviteler düzenlenebilir. Burada kuşakların yaşları dikkate alınabilir. Bebek Patlaması kuşağına doğa yürüyüşü gibi aktiviteler, X ve Y kuşaklarına ise bisiklet turları, rafting gibi daha aktif olabilecekleri etkinlikler düzenlenebilir.
- Destinasyon yöneticileri, Bebek Patlaması kuşağının destinasyonda daha uzun süre konaklaması için bu kuşağa hitap edebilecek doğa yürüyüşü, ekolojik gezi gibi aktiviteler, yerel yaşam tarzına özgü etkinlikler (çay toplama, çanak çömlek yapımı vb.) veya kültürel ve tarihi geziler düzenleyebilir.
- X ve Y kuşaklarının genellikle eşleri ve çocukları ile seyahat ettiği görülmektedir. Konaklama işletmesi yöneticileri, X ve Y kuşaklarına hitap edebilmek adına, çocukların da doğa ile iç içe olabilecekleri açık hava etkinlikleri ve çocuklara yönelik yaratıcı ve eğitici etkinlikler düzenleyebilir.

Araştırmanın Eskişehir ilinde gerçekleştirilmesi nedeniyle, çalışmada yalnızca Eskişehir’de ikamet eden Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının, yavaş turizme yönelik tutumları ve seyahat davranışları arasında bir farklılık olup olmadığı ortaya konmuştur. Dolayısıyla, Seferihisar, Gökçeada gibi yavaş şehirlerde, turistlere

yapılacak araştırmalar ile farklı sonuçlar elde edilebilir. Ayrıca, ileriki araştırmalarda, farklı milliyetlere mensup bireylerin yer aldığı kuşakların, yavaş turizme yönelik tutumları ve seyahat davranışları incelenebilir.



KAYNAKÇA

Adıgüzel, O., Batur, H. Z. ve Ekşili, N. (2014). Kuşakların değişen yüzü ve Y kuşağı ile ortaya çıkan yeni çalışma tarzı: Mobil yakalılar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19, 165-182.

Ak, D. (2017). Yavaş Kent (Cittaslow) hareketi ve Türkiye örnekleri üzerine bir değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10 (52).884-903.

Aka, B. (2018). Bebek Patlaması, X ve Y kuşağı yöneticilerin örgütsel bağlılık düzeylerinin kamu ve özel sektör farklılıklarına göre incelenmesi: Bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 9 (20), 118-135.

Akten, M. (2016). *Y ve Z kuşaklarının turizm algıları ve konaklama işletmelerinden beklentileri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Albayrak, A. ve Özkul, E. (2013). Y kuşağı turistlerin destinasyon imaj algıları üzerine bir araştırma. *Turkish Studies-International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8 (6), 15-31.

Altuntuğ, N. (2012). Kuşaktan kuşağa tüketim olgusu ve geleceğin tüketici profili. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4 (1), 203-212.

Anantatmula, V. S. and Shrivastav, B. (2012). Evolution of project teams for Generation Y workforce. *International Journal of Managing Projects in Business*, 5 (1), 9-26.

Arslan, A. ve Staub, S. (2015). Kuşak teorisi ve içgirişimcilik üzerine bir araştırma. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (11), 1-24.

Aydın, F. (2013). *Y kuşağının internet üzerinden turizm ürünü satın alma alışkanlıkları üzerine bir araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aydoğan, S. (2015). *Sürdürülebilir mimarlıkta Sakin Şehir (Cittaslow) yaklaşımı*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Ayhün, S. E. (2013). Kuşaklar arasındaki farklılıklar ve örgütsel yansımaları. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 93-112.

Bac, D. P. (2014). From slow food to slow tourism. *Annals of Faculty of Economics*, 1 (2), 137-144.

Bakırtaş, H., Divanoğlu, U. S. ve Akkaş, C. (2016). *Y Kuşağı farkı ne? Neyi, niçin, nasıl alır ya da aldırır?*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Bakker, M. and Lamoureux, K. M. (2008). Volunteer tourism-International. *Travel & Tourism Analyst*, 16, 1-61.

Baran, M. (2014). *Y kuşağının zorunlu askerlik hizmetinden beklentilerinin analizi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Harp Akademileri, Stratejik Araştırmalar Enstitüsü.

Başgöze, P. ve Bayar, N. A. (2015). Eko otellerden hizmet satın alımında kuşaklar arası farklılaşmalar üzerine bir çalışma. *Sosyoekonomi*, 23 (24), 118-130.

Becken, S., Frampton, C. and Simmons, D. (2001). Energy consumption patterns in the accommodation sector—the New Zealand case. *Ecological Economics*, 39 (3), 371-386.

Berkley V. R. (2012). The slow food story: Politics and pleasure. *Community Development*, 43 (5), 683-684.

Berkup, S. B. (2014). Working with generations X and Y in generation Z period: Management of different generations in business life. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5 (19), 218-229.

Berkup, S. B. (2015). *Sosyal ağlarda bireysel mahremiyet paylaşımı: X ve Y kuşakları arasında karşılaştırmalı bir analiz*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Buiatti, S. (2011). Food and tourism: The role of the “Slow Food” association. K. L. Sidali, A. Spiller and B. Schulze (Eds.), *In Food, Agri-Culture and Tourism* (p. 92-101). Berlin: Springer.

Büyüköztürk, Ş. (2011). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı - İstatistik, Araştırma Deseni, Spss Uygulamaları ve Yorum*. (15. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.

Büyüköztürk, Ş., Çakmak, K., E., Akgün, E., Ö., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.

Caffyn, A. (2012). Advocating and implementing slow tourism. *Tourism Recreation Research*, 37(1), 77-80.

Calzati, V. and De Salvo, P. (2017). Slow tourism: A theoretical framework. In *Slow Tourism, Food and Cities* (p. 33-48). UK: Routledge.

Cavagnaro, E., Staffieri, S. and Postma, A. (2018). Understanding millennials' tourism experience: Values and meaning to travel as a key for identifying target clusters for youth (sustainable) tourism. *Journal of Tourism Futures*, 4 (1), 31-42.

Chaney, D., Touzani, M. and Ben Slimane, K. (2017). Marketing to the (new) generations: Summary and perspectives. *Journal of Strategic Marketing*, 25 (3), 179-189.

Clancy, M. (2014). Slow tourism: Ethics, aesthetics and consumptive values. C. Weeden and K. Boluk (Eds.), *In Managing ethical consumption in tourism* (p. 76-89). UK: Routledge.

Crumpacker, M. and Crumpacker, J. M. (2007). Succession planning and generational stereotypes: Should HR consider age-based values and attitudes a relevant factor or a passing fad?. *Public Personnel Management*, 36 (4), 349-369.

Conway, D. and Timms, B. F. (2010). Re-branding alternative tourism in the Caribbean: The case for 'slow tourism'. *Tourism and Hospitality Research*, 10 (4), 329-344.

Conway, D. and Timms, B. F. (2012). Are slow travel and slow tourism misfits, compadres or different genres?. *Tourism Recreation Research*, 37 (1), 71-76.

Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı*. (8. Baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Çaycı, B. ve Karagülle, A. E. (2014). X kuşağından Z kuşağına değişen mahremiyet algısı. *International Trends and Issues in Communication & Media Conference*, UAE: Dubai, p. 190-196.

Çetin, C. ve Karalar, S. (2016). X, Y ve Z kuşağı öğrencilerin çok yönlü ve sınırsız kariyer algıları üzerine bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14 (28), 157-197.

Çıtak, Ş. Ö. (2016). Sakin Şehirler Hızlı Turistler. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5 (8), 2692-2706.

Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve LISREL Uygulamaları*. (2. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.

Dall’Aglıo, S. (2011). Slow Tourism Seminar. *Econstat Strategies for the Travel Industry*.

Dall’Aglıo, S., Nazzaruolo, A. ve Zago, M. (2011). *Guide lines for the development of the Slow Tourism project*. http://www.slow-tourism.net/contentsite/images/WP_2-3_Slides_English.pdf (Erişim tarihi: 21.08.2018)

De la Barre, S. (2012). Travelling around on Yukon Time in Canada’s north. S.Fullagar, K. Markwell ve E. Wilson (Eds.), *In Slow tourism: Experiences and mobilities* (p. 157-169). UK: Channel View Publications.

Delahoyde, T. (2009). *Generational differences of baccalaureate nursing students' preferred teaching methods and faculty use of teaching methods*. Unpublished Doctoral Dissertation.ABD: College of Saint Mary,Health Professions.

Demir, S. (2019). *Kuşaklar açısından unutulmaz turizm deneyimleri algısının satın alma sonrası davranışlar üzerindeki etkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Edirne: Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Demirkaya, H., Akdemir, A., Karaman, E. ve Atan, Ö. (2015). Kuşakların yönetim politikası beklentilerinin araştırılması. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7 (1), 186-204.

Deveci, İ. (2018). *Örgütsel sinizmin X ve Y kuşağı çerçevesinde değerlendirilmesi: Antalya yöresinde 5 yıldızlı otellerde uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dickinson, J. and Lumsdon, L. (2010). *Slow travel and tourism*. Uk: Earthscan.

Dickinson, J. E., Robbins, D. and Lumsdon, L. (2010). Holiday travel discourses and climate change. *Journal of Transport Geography*, 18 (3), 482-489.

Dickinson, J. E. Lumsdon, L. M. and Robbins, D. (2011). Slow travel: Issues for tourism and climate change. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(3), 281-300.

Di Clemente, E., Hernández-Mogollón, J. M., De Salvo, P. and Campón-Cerro, A. M. (2015). Slow tourism: An alternative model for local and tourist development. J. Mondéjar-Jiménez, G. Ferrari, M. D. V. Segarra-Oña and A. Peiró-Signes (Eds.), In *Sustainable performance and tourism: A collection of tools and best practices* (p. 23-36). Oxford: Chartridge Books Oxford.

Erdoğan, İ. (2003). *Pozitivist metodoloji*. (1. Baskı). Ankara: Erk Yayınları.

Erdoğan, İ. (2007). *Pozitivist metodoloji*. (2. Baskı). Ankara: Erk Yayınları.

Ergüven, M. H. (2011). Cittaslow–yaşamaya değer şehirlerin uluslararası birliği: Vize örneği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3 (2), 201-210.

Gardner, N. (2009). A manifesto for slow travel. *Hidden Europe Magazine*, 25(1), 10-14.

Gegez, A. E. (2015). *Pazarlama araştırmaları*. (5. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.

George, D., & Mallery, M. (2003). *Using SPSS for Windows step by step: a simple guide and reference*. Boston, MA: Allyn y Bacon.

Gössling, S., Peeters, P., Ceron, J. P., Dubois, G., Patterson, T. and Richardson, R. B. (2005). The eco-efficiency of tourism. *Ecological economics*, 54, 417-434.

Gunesch, K. (2017). The ecological and social power of slow tourism for sensitive yet profitable environmental sustainability: International insights for airline and

business travel from intercultural student and spiritual stakeholders. *Review of Socio-Economic Perspectives*, Vol 2 (1), 125-138.

Guidelines for the slow tourism Italia Slovenia Programme (2011). M. Zago and S. Dall'Aglia (Eds.), Trieste, Italy.

Guiver, J. and McGrath, P. (2017). Slow tourism: Exploring the discourses. *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, 27, 11-34.

Güngör, M. Y. (2018). *Kuşakların sosyal medya kullanımının yiyecek içecek işletmesi tercihleri üzerine etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Gürbüz, S. ve Şahin F. (2014). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: Felsefe-yöntem-analiz*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Güven, E. (2011). Yavaş güzeldir: “Yavaş Yemek” ten “Yavaş Medya” ya hızlı tüketime dair bir çözüm önerisi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7 (1), 113-121.

Hall, C. M. (2012). The contradictions and paradoxes of slow food: Environmental change, sustainability and the conservation of taste. S.Fullagar, K. Markwell ve E. Wilson (Eds.), In *Slow tourism: Experiences and mobilities* (p. 53-68). UK: Channel View Publications.

Hair, J., Black, W., Babin, B. and Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (7th Edition). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.

Heitmann, S., Robinson, P. and Povey, G. (2011). Slow food, slow cities and slow tourism. P. Robinson, S. Heitmann and P. Dieke (Eds.), In *Research themes for tourism* (p. 114-127). UK: CABI.

Honore, C. (2005). *In praise of slowness: Challenging the cult of speed*. New York: HarperCollins.

Hodges, T. (2010). *Public transportation's role in responding to climate change*. USA: Diane Publishing.

Huang, Y. C. and Petrick, J. F. (2010). Generation Y's travel behaviours: A comparison with Baby Boomers and generation X. P. Benckendorff, G. Moscardo and D. Pendergast (Eds.), In *Tourism and generation Y* (p. 27-37). UK: CABI.

Hudson, S. (2010). Wooing zoomers: Marketing tourism to the mature traveler. *Marketing Intelligence & Planning*, 28 (4), 444-461.

İslamoğlu, A.H. (2009). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. (1. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.

İzmirlioğlu, K. (2008). *Konumlandırmada kuşak analizi yardımıyla tüketici algılarının tespiti: Türk otomotiv sektöründe bir uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Muğla: Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Jaeger, H. (1985). Generations in history: Reflections on a controversial concept. *History and Theory*, 24 (3), 273-292.

Jianrui, J. (2011). The Y factor: Managing the new generation of soldiers. *Journal Of The Singapore Armed Forces*, 39 (4), 53-59.

Jones, P., Shears, P., Hillier, D., Comfort, D. and Lowell, J. (2003). Return to traditional values? A case study of Slow Food. *British Food Journal*, 105 (4/5), 297-304.

Kamel, N., Orabi, R. and Taha, S. (2017). Slow tourism experience: An innovative approach for sustainable tourism development in Egypt (The case of Siwa). *International Journal of Heritage, Tourism, and Hospitality*, 10 (2/2), 139-157.

Kapoor, C. and Solomon, N. (2011). Understanding and managing generational differences in the workplace. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 3 (4), 308-318.

Karadeniz, C. B. (2014). Sürdürülebilir turizm bağlamında Sakin Şehir Perşembe, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (29), 84-107.

Karasar, N. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemi*. (15. Baskı). Ankara: Nobel Yayınları.

Kattiyapornpong, U. (2009), “Profiling Generation Y - Where Do They Travel?”, *Proceedings of the Australian and New Zealand Marketing Academy Conference*, ANZMAC, Melbourne, Australia: Monash University, p. 1-17.

Keskin, E. B. (2012).Sürdürülebilir kent kavramına farklı bir bakış: Yavaş Şehirler (Cittaslow).*Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 8 (1), 81-99.

Kim, H., Chang, H., Lee, J. W. and Huh, C. (2011). Exploring gender differences on generation Y’s attitudes towards green practices in a hotel. *16th Graduate Students Research Conference*, Houston, Texas, USA.

Khan, S. (2015). How slow is ‘slow’? Dilemmas of Slow Tourism. *TEAM Journal of Hospitality and Tourism*, 12 (1), 39-49.

Knox, P. L. and Mayer H. (2013). *Small town sustainability: Economic, social, and environmental innovation*. Germany: Walter de Gruyter.

Kozak, M. (2015). *Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Köklü, N., Büyüköztürk, Ş. ve Çokluk Bökeoğlu, Ö. (2006). *Sosyal bilimler için istatistik*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.

Kyles, D. (2005). Managing your multigenerational workforce. *Strategic Finance*, 87 (6), 52-55.

Larsen, J. (2001). Tourism mobilities and the travel glance: Experiences of being on the move. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 1 (2), 80-98.

Latif, H. ve Serbest, S. (2014). Türkiye’de 2000 kuşağı ve 2000 kuşağının iş ve çalışma anlayışı. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 2 (4), 133-163.

Lehto, X. Y., Jang, S., Achana, F. T. and O’Leary, J. T. (2008). Exploring tourism experience sought: a cohort comparison of baby boomers and the silent generation. *Journal of Vacation Marketing*, 14 (3), 237-252.

Levickaite, R. (2010). Generations X, Y, Z: How social networks form the concept of the world without borders (the case of Lithuania). *LIMES: Cultural Regionalistics*, 3 (2), 170-183.

Li, X., Li, X. R. and Hudson, S. (2013). The application of generational theory to tourism consumer behavior: An American perspective. *Tourism Management*, 37, 147-164.

Lissitsa, S. and Kol, O. (2016). Generation X vs. Generation Y—A decade of online shopping. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31, 304-312.

Lotti, A. (2010). The commoditization of products and taste: Slow Food and the conservation of agrobiodiversity. *Agriculture and Human Values*, 27 (1), 71-83.

Lumsdon, L. M. and McGrath, P. (2011). Developing a conceptual framework for slow travel: A grounded theory approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 19 (3), 265-279.

Mahoney, A. (2015). *Commitment and employee development: Comparing generations X and Y*. Unpublished Master's Thesis. ABD: San José State University, The Faculty of the Department of Psychology.

Markwell, K., Fullagar, S. and Wilson, E. (2012). Reflecting upon slow travel and tourism experiences. S.Fullagar, K. Markwell ve E. Wilson (Eds.), In *Slow tourism: Experiences and mobilities* (p. 227-233). UK: Channel View Publications.

Matos, R. (2004). Can slow tourism bring new life to alpine regions. K. Weiermair and C. Mathies (Eds.), In *The tourism and leisure industry: Shaping the future* (p. 93-103). ABD: Haworth Press

Mayer, H. and Knox, P. L. (2006). Slow cities: Sustainable places in a fast world. *Journal of Urban Affairs*, 28 (4), 321-334.

McIntosh-Elkins, J., McRitchie, K. and Scoones, M. (2007). From the silent generation to generation X, Y and Z: Strategies for managing the generation mix. *Proceedings of the 35th Annual ACM SIGUCCS Fall Conference*, Florida: Lake Buena Vista, p. 240-246.

Miele, M. (2008). Cittáslow: Producing slowness against the fast life. *Space and Polity*, 12 (1), 135-156.

Miele, M. and Murdoch, J. (2002). The practical aesthetics of traditional cuisines: Slow food in Tuscany. *Sociologia Ruralis*, 42 (4), 312-328.

Miretpastor, L., Peiró-Signes, Á., Segarra-Oña, M. and Mondéjar-Jiménez, J. O. S. É. (2015). The slow tourism: An indirect way to protect the environment. H. G. Parsa and V. Narapareddy (Eds.), In *Sustainability, social responsibility and innovations in tourism and hospitality* (p. 317-339). Canada: Apple Academic Press.

Moira, P., Mylonopoulos, D. and Kondoudaki, A. (2017). The application of slow movement to tourism: Is slow tourism a new paradigm?. *Journal of Tourism and Leisure Studies*, 2 (2), 1-10.

Murayama, M. and Parker, G. (2012). 'Fast Japan, Slow Japan': Shifting to slow tourism as a rural regeneration tool in Japan. S. Fullagar, K. Markwell and E. Wilson (Eds.), In *Slow tourism: experiences and mobilities* (p. 170-184). UK: Channel View Publications.

Mutdoğan, S. (2010). Seferihisar örneğinde sakin şehir hareketi. *Gren Age Symposium*, İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, s. 1-10.

Nakip, M. (2006). *Pazarlama Araştırmaları*. (2. Baskı). Ankara: Seçkin Yayınları.

Newman, D.M. (2013). *Sosyoloji. Günlük yaşamın mimarisini keşfetmek*(Çev: A. Arslan). Ankara: Nobel Yayınları.

Ng, J. C. Y., Helming, C. M. and Wu, Q. (2016). A generational cohort model for consumers in China: The rise and fall of the Great Gatsby?. *Indian Journal of Commerce & Management Studies*, 7 (1), 53-66.

Nilsson, J. H., Svärd, A. C., Widarsson, Å. and Wirell, T. (2011). 'Cittáslow'eco-gastronomic heritage as a tool for destination development. *Current Issues in Tourism*, 14 (4), 373-386.

Nistoreanu, P., Dorobantu, M. R. and Tucea, C. E.(2011). The trilateral relationship ecotourism–sustainable tourism–slow travel among nature in the line with authentic tourism lovers. *Journal of Tourism*, 11, 35-38.

Oh, H., Assaf, A. G. and Baloglu, S. (2016). Motivations and goals of slow tourism. *Journal of Travel Research*, 55 (2), 205-219.

Olgun, A. (2016). “Yavaş Şehir (Cittaslow): Seferihisar örneğiyle ekonomik ve mali yapı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü.

Özdemir, G. and Çelebi, D. (2018). Exploring dimensions of slow tourism motivation. *Anatolia*, 29 (4), 540-552.

Özgürel, G. ve Avcıkurt, C. (2018). Yavaş Yemek (Slow Food) Hareketinin Yerli Turistler (Akademisyenler) Tarafından Algılanışı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (4), 568-587.

Özmen, Ş. Y., Birsen, H. ve Birsen, Ö. (2017). “Yavaş Hareketi”: Çevreden kültüre hayatın her alanında küreselleşmeye başkaldırı. *İnif E-Dergi*, 1 (2), 38-49.

Öztürk, S. (2012). *Small towns reshaping their urban planning policies joining in the Cittaslow International Network: The case of Seferihisar in Turkey*. Unpublished Master’s Thesis. Ankara: Middle East Technical University, The Graduate School Of Social Sciences.

Paksoy, M. ve Özdemir, B. (2014). Yeni bir gıda tüketim alışkanlığı olarak Slow Food (Yavaş Yemek) Hareketi. *XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi*, Samsun: 19 Mayıs Üniversitesi, s. 1510-1519.

Parkins, W. (2004). Out of time: Fast subjects and slow living. *Time & Society*, 13 (2-3), 363-382.

Patterson, I., Sie, L., Balderas-Cejudo, A. and Rivera-Hernaez, O. (2017). Changing trends in the baby boomer travel market: Importance of memorable experiences. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26 (4), 347-360.

Peeters, P. (2007). Mitigating tourism’s contribution to climate change: an introduction. P. Peeters (Ed.), In *Tourism and climate change mitigation methods, greenhouse gas reductions and policies* (p. 11-26). Netherlands: NHTV.

Pendergast, D. (2010). Getting to know the Y generation. P. Benckendorff, G. Moscardo and D. Pendergast (Eds.), In *Tourism and generation Y* (p. 1-15). UK: CABI.

Peltomäki, S. M. (2015), *Crises in the tourism industry and their effects on different generations*. Bachelor's Thesis. Finland: Haaga-Heila University, Haaga-Heila University of Applied Sciences.

Petrini, C. (2007). Slow food. P. H. Hodgson and R. Toyka (Eds.), In *The architect, the cook and good taste* (p. 138-141). Switzerland: Birkhäuser.

Pink, S. (2008). Sense and sustainability: The case of the Slow City movement. *Local Environment*, 13 (2), 95-106.

Radstrom, S. (2014). A place sustaining framework for local urban identity: An introduction and history of Cittaslow. *Italian Journal of Planning Practice*, 1(1), 90-113.

Real, K., Mitnick, A. D. and Maloney, W. F. (2010). More similar than different: Millennials in the US building trades. *Journal of Business and Psychology*, 25 (2), 303-313.

Salahuddin, M. M. (2010). Generational differences impact on leadership style and organizational success. *Journal of Diversity Management*, 5 (2), 1-6.

Senbir, H. (2004). *Z Son İnsan Mı?*, İstanbul: O Kitaplar.

Saruhan, Ş.C. ve Özdemirci, A. (2011). *Bilim, felsefe ve metodoloji*(2. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.

Schewe, C. D. and Noble, S. M. (2000). Market segmentation by cohorts: The value and validity of cohorts in America and abroad. *Journal of Marketing Management*, 16 (1-3), 129-142.

Sekaran, U. (2003). *Research methods for business: A skill building approach* (4th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley and Sons.

Semmens, J. and Freeman, C. (2012). The value of Cittaslow as an approach to local sustainable development: A New Zealand perspective. *International Planning Studies*, 17 (4), 353-375.

Serdane, Z. (2017). *Slow tourism in slow countries: the case of Latvia*. Unpublished Doctoral Dissertation. UK: University of Salford, Salford Business School.

Sezgin, M. ve Özdemir, S. (2016). Yavaş turizm. E. Akgöz (Ed.), *Turizm paradigmaları içinde* (s. 1-23). Ankara: Detay Yayıncılık

Sırım, V. (2012). Çevreyle bütünleşmiş bir yerel yönetim örneği olarak “Sakin Şehir” hareketi ve Türkiye’nin potansiyeli. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 1 (4), 119-131.

Smith, M. (2012). *The emerging consumption of, and demand for slow travel: Just another niche travel adjective*. Unpublished Master’s Thesis. Exeter : Exeter University.

Speakman, C. (2005). Tourism and transport: Future prospects. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 2 (2), 129-135.

Sun, Y. Y. and Lin, Z. W. (2018). Move fast, travel slow: the influence of high-speed rail on tourism in Taiwan. *Journal of Sustainable Tourism*, 26 (3), 433-450.

Sungur, S. (2019). *Çevrimiçi içerik pazarlama faaliyetlerinin kuşakların internetten satın alma davranışına etkisi: THY örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Sutthitep, J. (2016). Slow tourism. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 11 (2), 81-96.

Sutthitep, J., Akkarangoon, S. and Ungpansattawong, S. (2016). An analysis of the characteristics of Thai slow tourist along the Khmer cultural routes in Thailand using factor analysis techniques. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 7 (2), 418-426.

Svård, V. (2013). *Features of slow philosophy in Kajaani: Slow Tourism as a tool in destination development in the Land Of Hunger*. Unpublished Master’s Thesis. Finland: Rovaniemi University of Applied Sciences, School of Tourism and Hospitality Management.

Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde geçerlilik ve güvenilirlik*. Ankara: Seçkin Matbaası.

Taş, H. Y., Demirdöğmez, M. ve Küçükoğlu, M. (2017). Geleceğimiz olan Z kuşağının çalışma hayatına muhtemel etkileri. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7 (13), 1031-1048.

Tavşancıl, E. (2006). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. (3. Baskı). Ankara: Nobel Yayınları.

Tekin, C. (2017). *Yavaş turizm ve yavaş turist: Cittaslow Seferihisar'da karşılaştırmalı bir araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Batman: Batman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Tekin, N. B. Ö. (2018). *Türkiye’de kapitalizmin işleyişi sürecinde Sakin Şehir hareketi ve sürdürülebilirlik: Seferihisar Örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü.

Tencati, A. and Zsolnai, L. (2012). Collaborative enterprise and sustainability: The case of slow food. *Journal of Business Ethics*, 110 (3), 345-354.

Tihilä, K. (2015). *Taking it slow on the Trans-Mongolian railway-or not? A case study on slow travel and tourist experience*. Unpublished Master’s Thesis. Finland: University of Helsinki, Department of Geosciences and Geography Division of Geography.

Timms, B. F. and Conway, D. (2012). Slow tourism at the Caribbean's geographical margins. *Tourism Geographies*, 14 (3), 396-418.

Toruntay, H. (2018). *Takım rolleri çalışması: X ve Y kuşağı üzerinde karşılaştırmalı bir araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü.

Uğur, S. (2014). Sera gazı emisyonlarının azaltımında karbon-enerji vergilerinin rolü. *FSM İlmî Araştırmalar İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, (3), 341-358.

Ural, A. ve Kılıç, İ. (2011). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. (4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

Ünal, Ç. (2016). Turizm coğrafyasında yeni bir kavram “Yavaş Şehirler” ve Yavaş turizm. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 21 (36), 13-28.

Ünal, M. ve Zavalı, Y. S. (2016). Küreselleşme karşıtı bir hareket: Yavaş hareketi. *Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches*, 5 (4), 889-912.

Ünal, M. (2017). *Y ve Z kuşaklarının yönetimi*. İstanbul: Beta Basım Yayım.

Valentine, D. B. and Powers, T. L. (2013). Generation Y values and lifestyle segments. *Journal of Consumer Marketing*, 30 (7), 597-606.

Wei, C. (2013). *A study on slow tourism concept, activities and case for Bangkok as a slow tourism destination*. Unpublished Master's Thesis. Thailand: Assumption University, Graduate School Business.

Williams, K. C. and Page, R. A. (2011). Marketing to the generations. *Journal of Behavioral Studies in Business*, 3 (1), 37-53.

Yalçın, A. ve Yalçın, S. (2013). Sürdürülebilir yerel kalkınma için Cittaslow hareketi bir model olabilir mi? *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5 (1), 32-41.

Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2014). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. (4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

Yelkikalan, N., Akatay, A. ve Altın, E. (2010). Yeni girişimcilik modeli ve yeni nesil girişimci profili: İnternet girişimciliği ve Y, M, Z kuşağı girişimci. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 20, 489-506.

Yılmaz, A. (2016). *Perşembe ilçesinin Yavaş Kent Birliğine dâhil olmasının kentsel yaşam kalitesine etkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü.

Yongtanavanich, T. (2014). *Slow tourism in Japan: An exploration of definitions*. Unpublished Master's Thesis. Japan: Ritsumeikan Asia Pacific University, International Cooperation and Policies.

Yurtseven, H. R., Kaya, O. ve Harman, S. (2010). *Yavaş hareketi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yurtseven, H. R. ve Kaya, O. (2010). Eko-gastronomi ve sürdürülebilirlik. *11. Ulusal Turizm Kongresi*, Kuşadası: Adnan Menderes Üniversitesi, 57-65.

Yurtseven, H. R. and Kaya, O. (2011). Slow tourists: A comparative research based on Cittaslow principles. *American International Journal of Contemporary Research*, 1 (2), 91-98.

Zopiatis, A., Krambia-Kapardis, M. and Varnavas, A. (2012). Y-ers, X-ers and Boomers: Investigating the multigenerational (mis) perceptions in the hospitality workplace. *Tourism and Hospitality Research*, 12(2), 101-121.

<https://www.slowfood.com/about-us/our-structure/> (Erişim tarihi: 20.07.2018)

<https://cittaslowturkiye.org/uyelik-sureci-ve-kriterler/> (Erişim tarihi: 21.07.2018)

<http://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 15.05.2019)

www.tuik.gov.tr (Erişim Tarihi: 19.05.2019)

EKLER

EK-1: Veri Toplama Aracı (Soru Formu)

Değerli Katılımcı,



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Bu soru formu, “Bebek Patlaması (Baby Boomer), X ve Y Kuşaklarının Yavaş Turizme Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi” başlıklı Yüksek Lisans tezine veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Elde edilen veriler, üçüncü taraflar ile paylaşılmayacak ve yalnızca bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Araştırma sonuçları, sizlerin vereceği yanıtlar ile oluşacağından soru formunu içtenlikle yanıtlamanız, araştırma için önem arz etmektedir. Katkılarınız için teşekkür ederim.

Cansu AKBAY
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Yüksek Lisans Öğrencisi
cansuakbay@anadolu.edu.tr

Aşağıdaki ifadeler yavaş turizme yönelik görüşlerinizi belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Lütfen bu ifadelere katılım derecenizi belirtiniz.

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
İFADELER					
1. Seyahat ederken çevreye zararı az olan ulaşım araçları (tren, otobüs gibi) tercih edilmelidir.	1	2	3	4	5
2. Tatil bölgesinde çevreye zarar vermemek için toplu taşıma araçları kullanılmalıdır.	1	2	3	4	5
3. Tatil boyunca yapılan aktivitelerin sonraki etkileri (çevreye verdiği zarar gibi) konusunda dikkatli olunmalıdır.	1	2	3	4	5
4. Karbon ayak izini (atmosfere yayılan karbon miktarını) azaltmak için tek bir tatil bölgesinde uzun süre kalmak gerekir.	1	2	3	4	5
5. Enerji kaynaklarını daha az harcayan konaklama türleri (kamp alanları, pansiyon vb.) tercih edilmelidir.	1	2	3	4	5
6. Karbon ayak izini (atmosfere yayılan karbon miktarını) azaltmak için kısa mesafelere seyahat etmek gerekir.	1	2	3	4	5
7. Tatil bölgesinde yerel halk ile iletişime geçmek önemlidir.	1	2	3	4	5
8. Turist ve yerel halk arasındaki kültürel etkileşim, turist deneyiminin önemli bir parçasıdır.	1	2	3	4	5
9. Tatil bölgesinin yerel yemeklerini deneyimlemek önemlidir.	1	2	3	4	5
10. Tatil bölgesinde doğayla iç içe yapılan aktiviteler (doğa yürüyüşü, bisiklete binmek, rafting vb.) keyif vericidir.	1	2	3	4	5
11. Tatil bölgesinin yerel kültürünü öğrenmek önemlidir.	1	2	3	4	5
12. Tatil bölgesinde toplu taşıma araçlarını kullanmak, yerel halk ile etkileşimi artırır.	1	2	3	4	5
13. Tatil bölgesinde kalış süresini uzatmak, bölgeyi keşfetmeye olanak tanır.	1	2	3	4	5
14. Tatil bölgesinde kalış süresini uzatmak, zihinsel olarak rahatlatır.	1	2	3	4	5
15. Doğayla iç içe yapılan sakin bir tatil, fiziksel olarak dinlendirir.	1	2	3	4	5
16. Tatil bölgesinin kültürel ve tarihi yerleri ziyaret edilmelidir.	1	2	3	4	5

17. Yolculuğun keyfini çıkarmak için acele etmeden (manzara eşliğinde) seyahat etmek gerekir.	1	2	3	4	5
18. Yerel halkın işlettiği küçük işletmelerde (pansiyon, motel vb.) konaklamak, yerel halk ile etkileşimi artırır.	1	2	3	4	5
19. Sınırlı zamanda çok yeri gezmek yerine, bir yeri detaylıca öğrenmek daha önemlidir.	1	2	3	4	5
20. Tatil bölgesinde araba kullanmak yerine bisiklete binmek veya yürüyüş yapmak, bölgenin daha iyi keşfedilmesini sağlar.	1	2	3	4	5
21. Yolculuğun kendisi, tatil deneyiminin bir parçasıdır.	1	2	3	4	5
22. Tatil bölgesinin yerel ürünlerini satın almak önemlidir.	1	2	3	4	5
23. Tatil bölgesinde yerel halkın ürettiği ürünler için daha fazla para ödenebilir.	1	2	3	4	5
24. Büyük otel zincirlerinde konaklamak yerine, yerel halkın işlettiği küçük işletmelerde konaklamak, yerel halka katkı sağladığı için önemlidir.	1	2	3	4	5

1) Daha önce yavaş turizm faaliyetinde bulundunuz mu?

(*Yavaş Turizm*, seyahat ederken çevreye zarar vermemek için araba ve uçak yerine tren veya otobüsün tercih edildiği, tatil bölgesinde de araba yerine toplu taşıma araçları veya bisikletin kullanıldığı, tatil sırasında bölgenin her bir yerinin keşfedildiği, yerel yemeklerinin deneyimlendiği, yerel kültürünün öğrenildiği, yerel halkı ile etkileşim içinde olunan bir turizmdir. Yavaş turizmde büyük otel zincirlerinde konaklamak yerine pansiyon, motel gibi küçük işletmelerde, kiralık evlerde veya çadırda konaklama yapılır.)

☐ Evet ☐ Hayır

2) Çoğunlukla hangi amaçla tatile çıkarsınız? (Lütfen tek bir seçenek belirtiniz.)

☐ Dinlenmek ☐ Gezip görmek
☐ Farklı yaşam tarzlarını deneyimlemek ☐ Eğlence / Heyecan
☐ Sağlık (Termal tesisler) ☐ Spor
☐ Diğer (Lütfen belirtiniz).....

3) Tatil için çoğunlukla hangi konaklama türünü tercih edersiniz? (Lütfen tek bir seçenek belirtiniz.)

☐ Otel ☐ Motel ☐ Pansiyon ☐ Kiralık ev ☐ Çadır
☐ Hostel ☐ Diğer (Lütfen belirtiniz)

4) Tatil için çoğunlukla hangi konaklama tipini tercih edersiniz? (Lütfen tek bir seçenek belirtiniz.)

☐ Sadece Oda ☐ Oda-Kahvaltı ☐ Yarım Pansiyon ☐ Tam Pansiyon ☐ Her şey Dâhil
☐ Diğer (Lütfen belirtiniz)

5) Tatil amaçlı seyahatlerinizde çoğunlukla hangi ulaştırma aracını tercih edersiniz? (Lütfen tek bir seçenek belirtiniz.)

☐ Uçak ☐ Otobüs ☐ Otomobil ☐ Bisiklet
☐ Tren ☐ Gemi/Feribot ☐ Diğer (Lütfen belirtiniz).....

6) Tatillerinizde ortalama kaç gün konaklama yaparsınız?

7) Tatile çoğunlukla kiminle/kimlerle çıkarsınız? (Lütfen tek bir seçenek belirtiniz.)

☐ Yalnız ☐ Eşimle ☐ Çocuklarımla ☐ Eşim ve çocuklarımla ☐ Anne-Babamla
☐ Arkadaşlarımla ☐ Diğer (Lütfen belirtiniz).....

8) Yaşınız:

9) Cinsiyetiniz: ☐ Erkek ☐ Kadın

10) Medeni Durumunuz: ☐ Evli ☐ Bekâr

11) Eğitim Durumunuz

☐ Okuryazar ☐ İlkokul ☐ Ortaokul ☐ Lise ☐ Üniversite ☐ Lisansüstü

12) Aylık Geliriniz (Lütfen yalnızca kendi gelirinizi düşünerek yanıt veriniz.):

☐ 1600 TL ve altı ☐ 1601-3000 TL ☐ 3001- 4500 TL
☐ 4501-6000 TL ☐ 6001 TL ve üzeri

13) Mesleğiniz:



ÖZGEÇMİŞ

Cansu AKBAY

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Yüksek Lisans

Eğitim

Lisans 2016 Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Konaklama İşletmeciliği
Lise 2012 Tekirdağ Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi, Ön Büro

Kişisel Bilgiler

Doğum yeri ve yılı: 07.10.1994 / Tekirdağ

Cinsiyet: Kadın

Yabancı Dil: İngilizce