

T.C.
GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

EKOTURİZMDE HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİ: GÜMÜŞHANE
ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS

Bayram ERGÜN

ARALIK-2022
GÜMÜŞHANE



**T.C.
GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

**EKOTURİZMDE HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİ: GÜMÜŞHANE
ÖRNEĞİ**

**MEASURING THE QUALITY OF SERVICE IN ECOTOURISM: THE CASE
OF GÜMÜŞHANE**

YÜKSEK LİSANS

Bayram ERGÜN

**ARALIK-2022
GÜMÜŞHANE**



**T.C.
GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

**EKOTURİZMDE HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİ: GÜMÜŞHANE
ÖRNEĞİ**

**MEASURING THE QUALITY OF SERVICE IN ECOTOURISM: THE CASE
OF GÜMÜŞHANE**

YÜKSEK LİSANS

Bayram ERGÜN

Danışman: Doç. Dr. Uğur AKDU

**ARALIK-2022
GÜMÜŞHANE**

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK BEYANI

Yüksek Lisans Tezi olarak hazırlamış olduğum “**Ekoturizmde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi: Gümüşhane Örneği**” isimli bu tezimin, tamamen kendi çalışmam olduğunu, her alıntıya kaynak gösterdiğimi, alıntı yaptığım tüm çalışmaları kaynakçada belirttiğimi ve Gümüşhane Üniversitesi’nin lisanslı kullanıcısı olduğu intihal yazılım programı ile Lisansüstü Eğitim Enstitüsü’nün belirlediği kıstaslara uygun olarak raporladığımı taahhüt ederim. Tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Gümüşhane Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü arşivinde saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği’nin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

23/12/2022

.....
Bayram ERGÜN

TEŞEKKÜR

Bu tez çalışmasının hazırlanmasında her türlü fedakârlığı göstererek yoluma ışık tutan, tecrübelerini ve bilgi birikimini benimle paylaşan değerli tez danışmanı Doç. Dr. Uğur AKDU hocama ve çok değerli eşi Dr. Öğr. Üyesi Serap AKDU' ya teşekkürlerimi sunuyorum.

Ayrıca alan çalışmalarında ziyaretçi portföyüne ulaşmada yardımcı olan Zigana Dağı ve Limni Gölü İşletme sahiplerine ve çalışmamın tamamlanmasında tüm samimiyetleri ile desteklerini esirgemeyen diğer tüm akademik hocalarımızın her birine ayrı ayrı teşekkür ediyorum.

Eğitim hayatımda ilerlemem konusunda beni cesaretlendiren ve teşvik eden başta eşim Aslı İnan ERGÜN olmak üzere, tüm değerli çalışma arkadaşlarıma sundukları katkıdan ötürü çok teşekkür ediyorum.

Bayram ERGÜN
GÜMÜŞHANE – 2022

ÖZET

İnsanlar, yaşadıkları ülkelerdeki destinasyonları tanımak, başka ülkeleri gezmek ve farklı kültürleri keşfetmek amacıyla seyahat etmektedir. Bu ziyaretler oldukça geniş kapsamlı olmakla birlikte, bireylerin amaçları doğrultusunda farklılık göstermektedir. Bireylerin özel ilgi ve istekleri doğrultusunda şekillenen bu seyahatler turizm alanyazınında alternatif turizm veya özel ilgi turizmi olarak yer almaktadır. Dünya genelinde oldukça farklı turizm çeşitlerine doğru eğilim gösteren alternatif turizm türlerinden ekoturizm doğa temelli turizm uygulamalarının başında yer almaktadır. Özellikle sürdürülebilir turizm gelişimi için önem arz eden ekoturizm faaliyetleri Türkiye turizmi açısından da oldukça önemlidir. Bu araştırmada, ekoturizm alanında faaliyet gösteren işletmeleri ziyaret eden turistlerin elde ettikleri deneyimler doğrultusunda ekoturizm işletmelerinin sundukları hizmet kalitesini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

Araştırmanın evreni 2021 yılında Gümüşhane Zigana Dağı ile Limni Gölü' nü ziyaret eden ve ekoturizm faaliyetine katılan turistleri içermektedir. Araştırmada ECOSERV hizmet kalitesi ölçüm modeli kullanılmış ve Araştırma sonucu elde edilen veriler araştırma hipotezleri doğrultusunda yorumlanmıştır. Sonuçlar değerlendirildiğinde katılımcıların beklentilerini karşılamaya en yakın boyutun 'Empati' boyutu olduğu, beklentileri karşılamaya en uzak boyutun 'Güvence' boyutu olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca hizmet kalitesi boyutları, katılımcıların yaş ve eğitim düzeylerine göre anlamlı farklılıklar göstermektedir. Araştırma hipotezleri test edildiğinde 'Empati', 'Güvenilirlik', 'Güvence' ve 'Heveslilik' boyutlarının hizmet kalitesindeki değişimi pozitif yönde etkilediği ve varyansı %74 ile %87 arasında açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: ECOSERV, Ekoturizm, Gümüşhane, Hizmet kalitesi

SUMMARY

People travel to get to know destinations in the countries they live in, to visit other places and to visit different cultures. Although these visits are quite extensive, they differ according to the purposes of the individuals. These travels, which are shaped in line with the special interests and wishes of individuals, are included in the tourism literature as alternative tourism or special interest tourism. Ecotourism, which is one of the alternative tourism types that tends towards quite different types of tourism throughout the world, is one of the nature-based tourism applications. Ecotourism activities, which are especially important for sustainable tourism development, are also very important for Turkish tourism. In this research, it is aimed to reveal the service quality offered by ecotourism businesses in line with the experiences of tourists visiting businesses operating in the field of ecotourism.

The universe of the research includes the tourists who visited Gümüşhane Zigana Mountain and Limni Lake in 2021 and participated in ecotourism activities. ECOSERV service quality measurement model was used in the research and the data obtained as a result of the research were interpreted in line with the research hypotheses. When the results were evaluated, it was determined that the dimension closest to meeting the expectations of the participants was the 'Empathy' dimension, and the dimension farthest from meeting the expectations was the 'Assurance' dimension. In addition, over the service resources, the management shows changes according to the age and education management. In addition, service quality dimensions show significant differences according to the age and education level of the participants. When the research hypotheses were tested, it was concluded that the dimensions of 'Empathy', 'Reliability', 'Assurance' and 'Responsiveness' positively affected the change in service quality and explained the variance between 74% and 87%.

Keywords: ECOSERV, Ecotourism, Gumushane, Service quality

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	HATA! YER İŞARETİ TANIMLANMAMIŞ.
BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK BEYANI.....	IV
TEŞEKKÜR.....	V
ÖZET.....	VI
SUMMARY	VII
İÇİNDEKİLER	VIII
TABLolar DİZİNİ.....	XI
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	XII
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	XIV
1. GİRİŞ	1
2. HİZMET, KALİTE VE HİZMET KALİTESİ KAVRAMLARI.....	3
2.1. Hizmetin Tanımı	3
2.2. Hizmetin Özellikleri.....	3
2.3. Kalite Kavramı	4
2.4. Hizmet Kalitesi Kavramı.....	5
2.5. Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri.....	6
2.5.1. LEHTİNEN ve LEHTİNEN'in Hizmet Kalitesi Modeli	6
2.5.2. GRÖNROOS'un Hizmet Kalitesi Modeli.....	7
2.5.3. SERVQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli.....	7
2.5.4. REQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli	11
2.5.5. LODGSERV Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli.....	11
2.5.6. SERVPERF Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli	11
2.5.7. LODGQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli.....	12
2.5.8. DINESERV Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli	13
2.5.9. HOLSAT Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli	13
2.5.10. HOTELQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli.....	14
2.5.11. HOLSERV Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli.....	14
2.5.12. HISTOQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli	15
2.5.13. SERVPERVAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli	15
2.5.14. TANGSERV Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli.....	16
2.5.15. HOTELZOT Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli	17
2.5.16. TOURSERVQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli.....	17

2.5.17. RURALQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli	18
2.5.18. DINESCAPE Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli	18
2.5.19. HOTSPERF Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli	19
2.5.20. ECOPERF Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli.....	19
2.5.21. LQI Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli	20
2.5.22. AIRQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli	20
2.5.23. HESQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli	21
2.5.24. RSQS Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli	21
2.5.25. ECOSERV Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli	22
3. EKOTURİZME GENEL BAKIŞ.....	27
3.1. Ekoturizm Tanımı ve Önemi.....	27
3.2. Ekoturizmin Amaçlar ve İlkeleri.....	29
3.3. Ekoturizm Etkinlikleri.....	31
3.3.1. Botanik Turizmi	32
3.3.2. Kuş Gözlemciliği (Ornitoloji)	32
3.3.3. Doğa Fotoğrafçılığı	32
3.3.4. Yaban Hayatı Gözlemeleme	33
3.4. Tarım/Çiftlik Turizmi	33
3.4.1. Jeoturizm/Mağara Turizmi.....	34
3.4.2. Dağcılık Turizm	34
3.4.3. Balon Turizmi	35
3.4.4. Yamaç Paraşütü Turizmi.....	35
3.4.5. Akarsu Turizmi (Kanoculuk ve Rafting)	36
3.4.6. Bisiklet Turizmi	36
3.4.7. Sualtı Dalış (Scuba Diving) Turizmi.....	36
3.4.8. Atlı Doğa Yürüyüşü turizmi	37
3.4.9. Sportif Olta Balıkçılığı Turizmi	37
3.4.10. Trekking ve Hiking (Doğa/Dağ Yürüyüşü) Turizmi	38
3.4.11. Av Turizmi	38
3.4.12. Kamp/Karavan Turizmi	39
3.4.13. Yayla Turizmi	39
3.5. Gümüşhane İli Ekoturizm Potansiyeli ve Etkinlikleri	40
4. EKOTURİZMDE HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜMÜ: GÜMÜŞHANE ÖRNEĞİ.....	44
4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	44
4.2. Araştırmanın Literatüre Katkısı	45

4.3. Araştırmanın Sınırlılıkları	47
4.4. Araştırmanın Metodolojisi	48
4.4.1. Araştırma Modeli ve Hipotezler.....	48
4.4.2. Araştırmanın hipotezleri.....	49
4.4.3. Veri Toplama Yöntemi	53
4.4.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklem Seçimi	53
4.4.5. Verilerin Analizi ve Yöntemi.....	55
4.5. Araştırmanın Bulguları ve Bulgulara İlişkin Yorumlar	57
4.5.1. Katılımcılar İlişkin Demografik Bilgiler.....	57
4.5.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA).....	57
4.5.3. Uygunluk Testleri.....	59
4.5.4. Güvenilirlik Analizi	60
4.5.5. ECOSERV Analiz Sonuçları Ve 5’li Likert Ölçeğinde Ecoserv Skorlarının Yorumlanması	61
4.5.6. Cinsiyet, Yaş ve Eğitim Durumunun Algılanan Hizmet Kalitesi Açısından Değerlendirilmesi	66
4.5.7. Hipotezleri İlişkin Regresyon Test Sonuçları	69
5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	73
KAYNAKÇA.....	77
EKLER.....	92
ETİK KURUL KARARI	114
ÖZGEÇMİŞ	115

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Hizmet kalitesi belirleyicilerine ait içerik ve koşullar	8
Tablo 2. Hizmet kalitesi beklenti ölçeğinin içeriği- karşılaştırma	22
Tablo 3. ECOSERV ölçüm modelinden yararlanılarak gerçekleştirilen çalışmalar.	26
Tablo 4. Ekoturizm ilkeleri	30
Tablo 5. Kabul edilebilir örneklem büyüklükleri	54
Tablo 6. Algılanan hizmet kalitesini ölçmede kullanılan ifadeler ve kodlar	56
Tablo 7. Katılımcıların Yaş, Cinsiyet ve Eğitim Durumu	57
Tablo 8. Ölçeğe ilişkin doğrulayıcı faktör analizi uyum indeksleri	59
Tablo 9. Beklenti önermelerine ait çarpıklık ve basıklık test sonuçları	59
Tablo 10. Algı önermelerine ait çarpıklık ve basıklık test sonuçları	60
Tablo 11. Algı ölçeğine Ait Güvenilirlik Analiz Test Sonuçları	61
Tablo 12. Beklenti ifadelerinin dağılımı	62
Tablo 13. Algı ifadelerinin dağılımı	63
Tablo 14. ECOSERV ölçeği soru ortalamalarına ilişkin ortalamalar ve boşluklar	64
Tablo 15. Hizmet kalitesi algısına ait boyutlar ve cinsiyete ilişkin T-Testi sonuçları	66
Tablo 16. Hizmet kalitesi algısına ait boyutlar ve yaşlara ilişkin ANOVA test sonuçları	67
Tablo 17. Hizmet kalitesi algısına ait boyutlar ve eğitim durumuna ilişkin ANOVA test sonuçları	68
Tablo 18. Eko-Fiziksel özellikler boyutunun AHK üzerine etkisi	70
Tablo 19. Güvenilirlik boyutunun AHK üzerine etkisi	70
Tablo 20. Heveslilik/ Duyarlılık boyutunun AHK üzerine etkisi	71
Tablo 21. Güvence boyutunun AHK üzerine etkisi	71
Tablo 22. Empati boyutunun AHK üzerine etkisi	72
Tablo 23. Araştırma modeline ait hipotez sonuçları	72
Tablo 24. Ecoserv modeline ait hipotez sonuçları	72

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Grönroos hizmet kalitesi modeli (Grönroos, 1984).	7
Şekil 2. Algılanan hizmet kalitesinin belirleyicileri (Parasuraman vd., 1985).	8
Şekil 3. Hizmet seçimi sürecinde deneyim sonrası algılanan değer (Petrick, 2002).	16
Şekil 4. RSQS Grafik Model (Dabholkar vd., 1996).	21
Şekil 5. Sürdürülebilir turizm ve ekoturizm kavramının kronolojik gelişimi (Jamal vd., 2006).	28
Şekil 6. Gümüşhane ili arazi yapısı (Şirin ve Fatih, 2020).	41
Şekil 7. Gümüşhane ili turizm haritası (Kahyaoğlu, 2019).	42
Şekil 8. Araştırma modeli	49
Şekil 9. Algı önermelerine ilişkin doğrulayıcı faktör analizi sonuçları	58
Şekil 10. Artebel Gölleri görseli	95
Şekil 11. Limni Gölü görseli	95
Şekil 12. Tomara Şelalesi görseli	96
Şekil 13. Çağlayandibi Şelalesi görseli	96
Şekil 14. Örumcek Ormanı görseli	97
Şekil 15. Kadirga Yaylası görseli	97
Şekil 16. Kazıkbeli Yaylası görseli	98
Şekil 17. Güvende Yaylası görseli	98
Şekil 18. Erikbeli Yaylası görseli	99
Şekil 19. Torul Kalesi ve Seyir Terası görseli	99
Şekil 20. Satala Antik Kenti görseli	100
Şekil 21. Krom Şehri görseli	100
Şekil 22. Santa Harabeleri görseli	101
Şekil 23. Süleymaniye Mahallesi görseli	101
Şekil 24. Zigana Kayak Merkezi görseli	102
Şekil 25. Karaca Mağarası görseli	102
Şekil 26. Canca Kalesi görseli	103
Şekil 27. Kov (Esenyurt) Kalesi görseli	103
Şekil 28. Keçikale görseli	104
Şekil 29. Akçakale Mahallesi Kalesi görseli	104
Şekil 30. Kürtün Kalesi görseli	105

EKLER DİZİNİ

Ek 1. Anket Formu	92
Ek 2. Gümüşhane ilinde bulunan ve ekoturizm alanlarına ait önemli ziyaret bölgelere ait görseller	95
Ek 3. Tukey Test Sonuçları.....	106
Ek 4. Doğrulayıcı Faktör Analiz Sonuçları.....	112



SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

AHK	: Algılanan Hizmet Kalitesi
AIRQUAL	: (Airline Service Quality) Hava Yolu Hizmet Kalitesi
BHK	: Beklenen Hizmet Kalitesi
DINESCAPE	: (Dinnig Servicecape) Restoran Servis hizmeti
DİNESERV	: (Dining Service) Yemek Servis
DOKA	: Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı
ECO	: ECOSERV
ECOSERV	: (Eco-Service) Eko- Hizmet
ECOPERF	: (Eco-Performance) Eko-Performans
HESQUAL	: (Higher Education Service Quality) Yüksek Öğretim Hizmet Kalitesi
HISTOQUAL	: (Historical Quality) Tarihsel Kalite
HOLSERV	: (Holiday Service) Konaklama Servisi
HOLSAT	: (Holiday Satisfaction) Tatil Memnuniyet
HOTELZOT	: (Zone Of Tolerance For Hotel) Otel Hizmetleri İçin Tolerans Bölgesi
HOTELQUAL	: (Hotel Qualty) Otel Kalitesi
HOTSPERF	: (Hotel Service Performance) Otel Servis Performansı
LQI	: (Lodging Quality Index) Konaklama Kalite Endeksi
LODGSERV	: (Lodging Service) Konaklama Hizmeti
LODGQUAL	: (Lodging Quality Model) Konaklama Kalitesi Modeli
RECQUAL	: (Recreation Quality) Rekreasyon Hizmet Kalitesi
RSQS	: (Retail Service Quality Scale) Perakende Hizmet Kalitesi Ölçeği
RURALQUAL	: (Service Quality Measurement İn Rural) Kırsalda Hizmet Kalitesi
SERVPERVAL	: (Service Quality On The Perceived Value) Algılanan Değere Göre Kalite
SERVPERF	: (Service Performance) Hizmet Performansı
SERVQUAL	: (Service Quality) Hizmet Kalitesi
TOURSERVQUAL	: (Tourism Services Quality) Turizm Hizmet Kalitesi
TANGSERV	: (Tangible Quality) Somut Kalite

1. GİRİŞ

Ekonomide, belirleyici etkisi her geçen gün artan sektörlerin başında Turizm sektörü gelmektedir. Bu sebeple bu sektörün geliştirilmesine katkı sunacak araştırmaların yapılması ve bu sektör içerisinde hizmet kalitesini etkileyen faktörlerin belirlenmesi ülkeler için önem arz etmektedir. Turizm faaliyetlerine bakıldığında turistlerin sağlık, kış ve dağcılık gibi birçok alternatif turizm faaliyetini Türkiye’de gerçekleştirebildikleri söylenebilmektedir. Bu faaliyetler kapsamında ise önemli bir turizm faaliyeti olarak kırsal kalkınmayı ve doğal alanların korunmasını temel alan ekoturizm faaliyetleri karşımıza çıkmaktadır.

Bu araştırmada, bir ekoturizm destinasyonuna ziyaret gerçekleştiren turistlerin destinasyondan almış oldukları hizmet kalitesi belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmada, ekoturizm yapmaya elverişli bir bölge olan Doğu Karadeniz Bölgesinde bulunan Gümüşhane ili seçilmiştir. Gümüşhane ili ekoturizm faaliyetlerinin yoğun olarak gerçekleştirildiği bir bölgedir. Bu bölgede özellikle Zigana Dağı’nı da ve Limni Gölü’nde bulunan ekoturizm işletmelerinin sunmuş oldukları hizmet kalitesi, müşterilerin beklenti ve algıları arasındaki durumsal değişkenlikler göz önünde bulundurularak tespit edilmeye çalışılmıştır. Destinasyona baktığımızda, bu bölgeyi ziyaret eden turist profilinin çoğunlukla yerli turistlerden oluştuğu DOKA verilerinden anlaşılmaktadır. Dolayısıyla araştırma yerli turistlerin görüşleri alınarak yürütülmüştür.

Alanyazı incelendiğinde turizm sektörü içerisinde faaliyet gösteren işletmelerin sunmuş oldukları hizmet kalitesinin belirlenmesinde kullanılan birden çok hizmet kalitesi ölçüm modeli bulunmaktadır. Bu ölçüm modellerinin genellikle SERVQUAL ve SERVPERF ölçüm modelleri temel alınarak oluşturulduğu görülmektedir. Ekoturizm destinasyonlarında hizmet kalitesi ölçüm modeli olarak sıklıkla ECOSERV hizmet kalitesi ölçüm modelinin kullanıldığı gözükmemektedir. Alanyazında bu hizmet kalitesi ölçüm modeline ait yabancı kaynaklı çalışmalara rastlansa da, Türkçe çalışmaların kısıtlı olması sebebiyle bu model üzerinden yapılacak olan araştırma gelecekte yapılacak olan araştırmalara ışık tutacaktır. Ayrıca alternatif bir turizm çeşidi olan ekoturizm destinasyonları için hizmet kalitesini etkileyen faktörlerin tespit edilmesinin, sürdürülebilir turizm politikaları açısından da önemli katkılar sunacağı düşünülmektedir.

Araştırma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde hizmet ile kaliteye dair genel kavramlar ve hizmet kalitesinin belirlenmesinde kullanılan ölçüm modellerine yer

verilmiştir. İkinci bölümde ekoturizm ile ilgili genel bilgiler ve Türkiye’ deki ekoturizm etkinlikleri ve araştırma yapılacak destinasyonda gerçekleştirilen ekoturizm etkinlikleri açıklanmıştır. 3. bölümde ise araştırmanın metodolojisi açıklanarak bulgulara dair sonuçlar değerlendirilmiştir. Akabinde daha önce yapılan çalışmalar ile karşılaştırılarak kamu ve özel sektöre için hizmet kalitesinin artırılmasına yönelik öneriler sunulmuştur.



2. HİZMET, KALİTE VE HİZMET KALİTESİ KAVRAMLARI

2.1. Hizmetin Tanımı

Yaşadığımız coğrafyada olduğu gibi dünyanın her yerinde hizmet kavramı hayatımızda önemli bir yer tutmaktadır. Bu sebeple hizmet kavramı pek çok araştırmacı tarafından farklı şekillerde tanımlanarak ifade edilmiştir. Bu ifade çeşitlerinden bazıları şu şekildedir.

Hizmet, soyut ve bir yerlerde uzun süreli muhafaza edilemeyen, tüketilemeyen, elle tutulamayan ve çeşitli sektörlerle göre tanımlanabilen bir kavramdır (Çelik, 2012). Diğer bir ifade ile hizmet, satın alanlar için fayda sağlayan, elle tutulamayan değişken, üretilmesi ile tüketilmesi eş zamanlı olan, üreten ile tüketen arasında diyalogun en yüksek düzeyde gerçekleştiği öznel bir kavramdır (Uygur, 2017).

Hizmet süreci eylemler, süreçler ve performanslardır. Öte yandan bazı yazarlar hizmeti; dünya üzerindeki sektörel alanlarda üretilen ve ancak fiziksel ürün ile yapısına sahip olmayan bütün aktiviteler şeklinde tanımlamaktadırlar. Tanımlardan da anlaşılacağı üzere hizmet kavramı, dokunulamayan, sahip olunamayan ve somut olarak ele alınamayan özellikleri ile öne çıkmaktadır (Kozak, 2008; Kuzu, 2010; Çelik, 2012).

Son olarak özetle Kotler (1997), hizmeti “Bir tarafın diğerine sunduğu mülkiyeti gerekli kılmayan soyut bir faaliyet veya hareket” olarak ifade etmektedir.

2.2. Hizmetin Özellikleri

Dünyada üretilen birçok ürün, hizmet ve malın birleşmesinden meydana gelmektedir. Dolayısıyla mal ve hizmet kavramları iç içe birbirleri ile bağlantılı kavramlardır. Bu sebeple hizmeti maldan ayırmada elle tutulmama özelliği tek başına yeterli bir özellik olarak karşımıza çıkmamaktadır. Ayrıca müşteriler/alıcılar bir ürün satın alırken, bakım onarım, servis gibi hizmetleri de beraberinde satın aldığından hizmeti maldan ayırt edebilecekleri özellikleri belirlemişlerdir. Bu özellikler bakıldığında (Kuzu, 2010; Kılıç ve Eleren, 2010);

- Hizmette üretilen soyut üründür.
- Hizmeti oluşturan öğelerde sahiplik yoktur.
- Üretim ve tüketim eşzamanlı olarak gerçekleşmektedir.
- Hizmetin tüketimi hizmetin üretildiği yerde gerçekleşmektedir.
- Hizmetler emek yoğun bir üretimi gerektirmektedir.

- Hizmet üretiminde standardizasyon yok denecek kadar azdır.

Yukarıda belirtildiği gibi hizmet aslında maddi olmayandır. Çünkü nesneleri saymak ya da ölçmek gerçek anlamda çok zordur. Ayrıca hizmette üretim ve tüketim aynı anda gerçekleşmesi hizmetlere birbirinden bağımsız olmama özelliği katmaktadır. Bunun yanında hizmetlerin emek yoğun olmasından dolayı zamana mekâna kişiden kişiye farklılıklar gösterebilir. Dolayısıyla bu özellikler hizmetlerin heterojen bir yapıda olmasından kaynaklanmaktadır (Khan, 2003).

Hizmetler bir kişiden başka bir kişiye aktarılamayacağı gibi duyularla algılanamaz olmamaları sebebiyle ilgili hizmeti almadan nasıl bir deneyim sahibi olunabileceği hakkında da ön görülerde bulunmak olanaksızdır (Çelik, 2012). Bu, hizmetlerin sahip olunamama ve dokunulmazlık özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Bunun yanı sıra depolanmama, saklanmama ve iadesi mümkün olmaması da hizmetlerin dayanıksız olduğunun bir göstergesidir. Örneğin; yabancı bir turist, tur satın alırken seyahat süresince ne gibi deneyimler yaşayacağını önceden kestirilemez ya da şehirlerarası otobüs yolculuğu yaparken ki durumdaki hizmetin kalitesini yaşamadan test edemez. Bu örneklerle birden çok yeni örneklerde verilmek mümkündür (Orel ve Memmedov, 2003).

2.3. Kalite Kavramı

Toplumda yaşayan bireyler arasında farklı anlamlar ifade eden kalite kavramı, ürün ya da hizmetin bireylerin karakteristik özelliklerine göre algılanan öznel bir kavram olarak ifade edilmektedir. Diğer bir deyişle kalite kavramı, işletmelerde sunulan hizmetin veya ürünün müşteride uyandırdığı etki olarak da tanımlanmaktadır. Dolayısıyla işletmeler bulunduğu konumdan daha üst seviyelere yükselebilmeleri ve diğer firmalar arasında rekabet avantajı elde edebilmeleri açısından da kalite kavramının dikkat edilmesi gereken önemli bir yetkinlik olduğu söylenebilmektedir (Kim-Soon vd., 2014). Bir diğer tanımlamada ise kalite, bir kalıp içerisinde dizayn edilemeyecek kadar karmaşık bir yapıda olan ve müşteriler için beklenti, işletmeler için ise stratejik fayda olarak tanımlanmaktadır. (Parasuraman vd., 1985).

Tüketici açısından kalite kavramı, bir ürünün mükemmelliği veya üstünlüğünün kişide uyandırdığı duygusal izlenimler olarak yorumlanabilir. Ayrıca ürünün diğer ürünlere nazaran bir üst seviyede olması da nesnel anlamda kalite tanımını karşıladığı söylenmektedir (Zeithaml, 1988).

Yukarıda da bahsedildiği gibi kalite ile ilgili pek çok tanımlamaların olması kalite kavramının birden fazla boyutu olmasından kaynaklanmaktadır. Bu boyutlar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Tan, 2016).

Uygunluk: Tüketime sunulacak nesnel ve öznel varlıkların belli standartlar çerçevesinde olmasıdır.

Servis Kolaylığı: Müşterinin kullanımı sunulacak her türlü mal ya da hizmetin bakım, onarım, ulaşılabilirlik gibi servis ağlarının geniş olma özelliğidir.

Güvenilirlik: Müşterin istek ve arzularını kaygı duymadan karşılayabilme özelliğidir.

Estetik: Ürün ya da hizmetin bireyin arzu ve isteklerini karşılayacak şekilde tasarlanmasıdır.

Dayanıklılık: En yüksek faydayı sağlayacak şekilde uzun süreli bir zaman dilimini kapsayacak şekilde tasarlanma özelliğidir.

Algı, imaj: Bir ürün ya da hizmetin piyasada oluşturduğu izlenim olarak tanımlanabilmektedir.

İşlevsellik: Müşterilerin satın alma davranışları sonucunda istenilen özellikleri karşılayabilme potansiyelidir.

2.4. Hizmet Kalitesi Kavramı

Birçok sektörde sunulacak olan hizmetin kaliteli olması, işletmelerin varlığını devam ettirme, piyasada yer edinme ve piyasa şartlarında var olan rekabet ortamlarında varlığını sürdürmek/devam ettirmek açısından önem arz etmektedir. Her geçen gün değişen piyasa şartlarına ayak uydurmak isteyen işletmeler, müşteri portföyüne sunmuş oldukları hizmetin de kaliteli olmasına özen göstermektedir. Piyasada sunulan hizmetlerin, kaliteli bir hizmet mi yoksa kalitesiz bir hizmet mi olduğuna, müşteri tarafından beklenen ve sonrasında algılan kalite olmak üzere iki kriter üzerinden değerlendirme yapılarak dikkate alındığı görülmektedir. Yani beklenen hizmet kalitesi, algılanan hizmet kalitesinden düşük ya da eşit ise sunulan hizmetin kaliteli olduğu anlamı taşıdığı ifade edilmektedir. Örneğin; bir ekoturizm işletmesinden konaklama ve yemek hizmeti alan bir turist işletmeyi ziyaret etmeden önce yemeklerin yöresel olması, konaklama tesisinin ekolojik çevreyi yansıtacak özellikte olması ve temiz olması gibi beklentiler ile ziyaret gerçekleştirdiğinde ve bu özelliklerin işletmece ziyaret gerçekleştiren turist tarafından karşılandığı algısı oluştuğunda hizmetin kaliteli olduğunu söylenebilmektedir (Akbaba ve Kiliç, 2001).

Hizmet kalitesi kavramı, birçok araştırmacı tarafından farklı şekillerde tanımlanmakta olup, tanımlamaların bazıları şu şekildedir.

Hizmet kalitesi, algılanan ile beklenen arasında gerçekleşen olayların bir sonucudur. Bir hizmetin kaliteli bir hizmet olduğuna kanat getirilebilmesi için

beklentileri karşılaması gerekmektedir (Parasuraman vd., 1985). Başka bir tanımlamaya göre hizmet kalitesi üç ana başlık altında toplanmıştır. Bu ana başlıklar; fiziksel çevre, etkileşim ve çıktı kalitesi olarak ifade edilmektedir (Brady ve Cronin Jr, 2001). Grönroos göre ise hizmet kalitesi, “Belirli bir hizmetin algılanan kalitesi, bir tüketicinin beklentilerini karşılaştırdığı değerlendirme sürecinde aldığı hizmete ilişkin algısı ile beklentinin tersidir” olarak ifade edilmiştir (Albacete-Saez vd., 2007).

Hizmet, kalite ve hizmet kalitesi kavramları geniş bir kullanım alanına sahip olması sebebiyle yapılan tanımlamalara ek olarak birçok tanımlama yapılabilmektedir. Tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere hayatımızı her alanında yer tutan hizmet kalitesi olgusu, biz tüketiciler ve hizmeti sunan işletmeler için çok önemlidir. Dolayısıyla hizmet kalitesini belirleyen unsurların araştırılması ve kalitenin en üst düzeye çıkarılması gerekmektedir. Bu sebeple birçok araştırmacı tarafından hizmet kalitesinin artırılması adına hizmetin kalitesinin de bir şekilde ölçülmesi ihtiyacı doğmuştur. (Demirbulat, 2018).

2.5. Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri

Hizmet kalitesi ölçüm modellerine ilişkin süreçte, araştırmacılar tarafından destinasyonların özellikleri de göz önünde bulundurularak belirli kriterler çerçevesinde müşteriye sunulan hizmetin kalitesi ölçülmeye çalışılmıştır. Bu çalışmalara başlangıçta 3 adet model üretilerek başlanmıştır. Bu modeller Lehtinen ve Lehtinen’in Hizmet Kalitesi Modeli, Grönroos’un Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli ile Parasuraman ve diğerleri tarafından geliştirilen hizmet kalitesi modelleridir (Demirbulat, 2018).

2.5.1. LEHTİNEN ve LEHTİNEN’in Hizmet Kalitesi Modeli

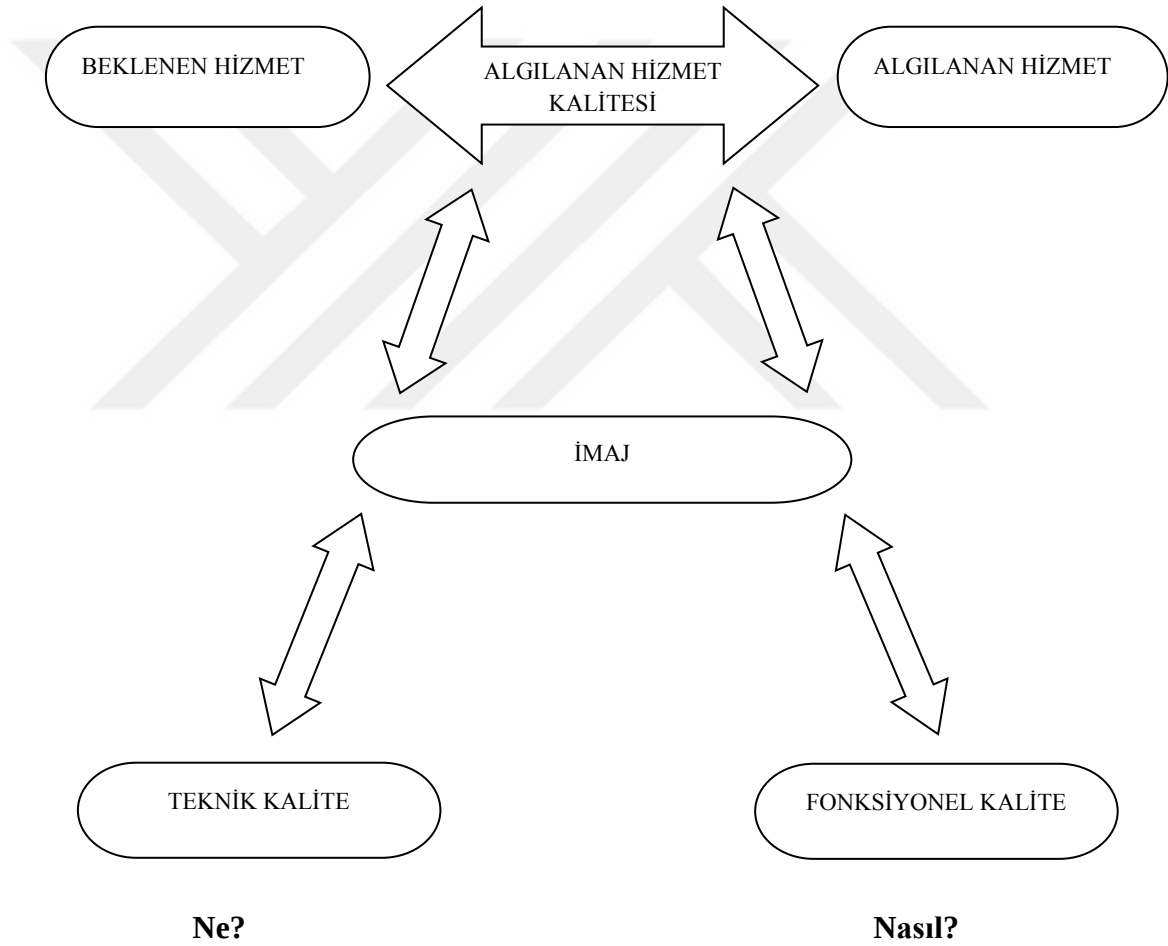
Hizmet kalitesini ölçmeye yarayan ve ilk model olma özelliğine sahip bu modelde hizmet kalitesi üç boyutta ele alınmaktadır. Bu boyutlar fiziksel kalite, kurumsal kalite ve hizmeti sunan kişiler ile alıcı konumundaki müşteriler arasındaki etkileşimli kalite olarak ifade edilmektedir (Yıldız, 2009).

Lehtinen hizmeti kalitesi, müşteri ile hizmeti sunan unsurlar arasında gerçekleşen faaliyetler olarak tanımlamış olup, bu faaliyetlerden fiziksel kalitenin bina ve ekipman, kurumsal kalitenin şirket profili ve imajı, etkileşimli kalitenin ise hizmeti pazarlayan ile alan arasındaki süreci olarak tanımlamıştır (Parasuraman vd., 1985).

2.5.2. GRÖNROOS'un Hizmet Kalitesi Modeli

Hizmet kalitesi ölçmeye yarayan ikinci kaynak model ise Grönroos'un (1984) “Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli” dir. Burada önemli olanın hizmeti alan kişinin beklediği hizmet ile aldığı hizmet arasında geçen ilişkiler bütünüdür. Bu hizmet kalitesi ölçüm modeli de “Teknik Kalite”, “Fonksiyonel Kalite” ve “İmaj” olmak üzere 3(üç) boyutta ele alınmıştır (Grönroos, 1984).

Bahse konu olan bu ölçüm modeli aslında müşteri tarafından almayı umduğu hizmetler ile hizmeti aldıktan sonraki beklentilerinin karşılanması algısını içermektedir (Akdu, 2014). Grönroos tarafından oluşturulan hizmet kalitesi ölçüm modeli Şekil 1’de gösterilmiştir.

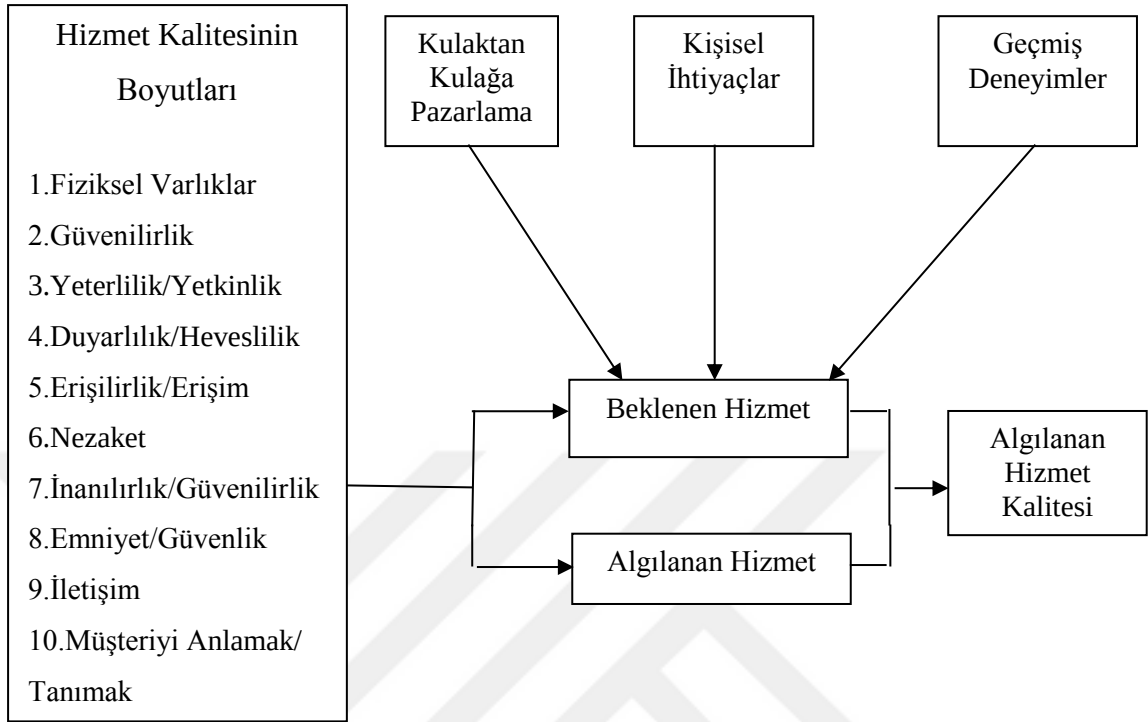


Şekil 1. Grönroos hizmet kalitesi modeli (Grönroos, 1984).

2.5.3. SERVQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

SERVQUAL, seksenlerin ortalarında Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1985, 1988, 1991) tarafından geliştirilen bir hizmet kalitesi modelidir.

SERVQUAL, müşteri beklentileri ile deneyim arasındaki boşluğu ölçmeye çalışır ve başlangıçta hizmet kalitesinin on yönüne odaklanır. İlk etapta ölçek 97 kriter ve 10 ölçek boyutu üzerinden çalışılan bu model Şekil 2’de gösterilmiştir.



Şekil 2. Algılanan hizmet kalitesinin belirleyicileri (Parasuraman vd., 1985).

Şekil 2’de belirtilen hizmet kalitesi belirleyicilerine ait içerik ve koşullar Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Hizmet kalitesi belirleyicilerine ait içerik ve koşullar (Parasuraman vd., 1985).

Boyut	İçerik	Koşullar
Güvenilirlik(Reliability)	Performans ve güvenilirliğin tutarlılığını içerir. Firmanın hizmeti ilk seferde doğru yaptığı anlamına gelir. Aynı zamanda firmanın vaatlerini yerine getirdiği anlamına gelir.	➤ Faturalandırmada doğruluk ➤ Kayıtları doğru tutmak ➤ Hizmetin belirlenen zamanda yapılması.
Heveslilik (Responsiveness)	Çalışanların hizmet sunmaya istekli veya hazır olmaları ile ilgilidir. Hizmetin güncelliğini içerir.	➤ Bir işlem fişini hemen postalamak ➤ Müşteriyi hızlı bir şekilde geri aramak ➤ Hızlı hizmet vermek (örneğin, randevuları hızlı bir şekilde ayarlamak)
Yetkinlik (Competence)	Hizmeti gerçekleştirmek için gerekli beceri ve bilgiye sahip olma anlamına gelir.	➤ İrtibat personelinin bilgi ve becerisi; ➤ Operasyonel destek personelinin bilgi ve becerisi ➤ Kuruluşun araştırma yeteneği,

Tablo 1. (Devamı)

Boyut	İçerik	Koşullar
Erişim (Access)	Ulaşılabilirliği ve iletişim kolaylığını içerir. Hizmete telefonla kolayca erişilebilir olmasıdır.(hatlar meşgul değildir ve sizi beklemeye almazlar)	➤ Hizmet almak için bekleme süresi ➤ Uygun çalışma saatleri ➤ Hizmet tesisinin elverişli konumu
Nezaket (Caurtesy)	İrtibat personelinin (Resepsiyon görevlileri, telefon operatörleri vb. dahil) nezaketini, saygısını, düşüncesini ve dostluğunu içerir.	➤ Tüketicinin mülkiyetinin dikkate alınması (örneğin, halıda çamurlu ayakkabı olmaması); ➤ halka açık iletişim personelinin temiz ve düzenli görünümü.
İletişim (Communication)	Müşterileri anlayabilecekleri dilde bilgilendirmek ve onları dinlemek anlamına gelir. Bu, şirketin dilini farklı tüketiciler için ayarlaması gerektiği anlamına gelebilir. İyi eğitilmiş bir müşteriyle gelişmişlik düzeyini artırmak ve bir acemi ile basit ve açık bir şekilde konuşmak.	➤ Hizmetin kendisini açıklamak; ➤ Hizmetin ne kadara mal olacağını açıklamak; ➤ Hizmet ve maliyet arasındaki takası açıklamak ➤ Tüketicilere bir sorunun çözüleceğine dair güvence vermek.
Güvenilirlik (Credibility)	Güvenilirlik, inanılabilirlik, dürüstlük içerir. Müşterinin en iyi çıkarlarını kalpten tutmayı içerir.	➤ Firma adı ➤ Şirket itibarı ➤ İrtibat personelinin kişisel özellikleri ➤ Müşteri ile etkileşimlerde yer alan sert satış derecesi
Güvenlik (Security)	Tehlike, risk veya şüpheden uzak olmaktır.	➤ Fiziksel güvenlik (Otomatik vezne makinesinde soyulacak mıyım?) ➤ Mali güvenlik (Şirket hisse senedimin nerede olduğunu biliyor mu?) ➤ Gizlilik (Şirketle olan ilişkilerim özel mi?)
Müşteriyi Anlamak/Tanımak (Understanding/ Knowing The Customer)	Müşterinin ihtiyaçlarını anlamak için çaba sarf etmeyi içerir.	➤ Müşterinin özel gereksinimlerini öğrenmek ➤ Bireyselleştirilmiş ilgi sağlamak ➤ Düzenli müşteriyi tanımak
Fiziksel Özellikler (Tangibles)	Hizmetin fiziksel kanıtını içerir.	➤ Fiziksel tesisler ➤ Personelin görünümü ➤ Hizmeti sağlamak için kullanılan araç veya gereçler ➤ Plastik kredi kartı veya banka ekstresi gibi hizmetin fiziksel temsilleri ➤ Hizmet tesisindeki diğer müşteriler

SERVQUAL ölçeğinde beklentiler, geçmiş deneyimler, ağızdan ağıza iletişim ve müşterilerin ihtiyaç/isteklerinden etkilenmektedir. Ölçüm, yedili Likert ölçeği

kullanılarak, beş hizmet boyutuna göre gruplar halinde iki ifade seti temelinde yapılmaktadır. Genellikle müşterilerin hizmet deneyimlerini niteliksel olarak keşfetmek ve değerlendirmek için basit ve kullanışlı bir model olarak kabul edilir. Kuruluşların kendi müşteri beklentilerini karşılaştırmasını sağlar. SERVQUAL yaklaşımı, bir hizmetin belirli bir müşteri tarafından nasıl algılanabileceğini belirlemekten ziyade mevcut hizmet kalitesini değerlendirmek için en uygun yöntemdir. Ayrıca, müşteri memnuniyetini nihai sonucun kalitesiyle değil, hizmetin sağlanmasıyla ilgili süreçlerle değerlendirildiği ifade edilmektedir (Uden vd., 2008).

Ölçek, boyutları dört farklı hizmet kolu olan bankacılık, bakım onarım, kredi kartı ile mobil hizmetlerde uygulanarak bazı kriterler geliştirilmiş ve 22 kriter ile aşağıda belirtilen beş ölçek boyutuna ulaşılmıştır (Parasuraman vd., 2002).

- Fiziksel Özellikler
- Güvenilirlik
- Heveslilik
- Güvence
- Empati

Bu boyutlardan üst düzey ekipmanlar, görselliği yüksek kataloglar, göze hitap eden çalışma ortamları ile iyi giyinimli ve donanımlı personeller fiziksel boyutun özelliklerindendir. Diğer boyutlara değinecek olursak; hizmet sunucularının hizmeti zamanında doğru bir şekilde müşteriye ulaştırması güvenilirlik, en kısa sürede hizmetin istekli bir şekilde müşteriye ulaştırması heveslilik, hizmeti sunan kişilerin bilgi donanımının üst düzey olması ve güven vermesi güvence ve son olarak da hizmeti alan kişilere gösterilen kişisel özen ve hizmet sunucularınca müşteri ihtiyaçlarının anlaşılabilir şekilde karşılanması empati boyutudur (Aksu vd., 2020).

Alanyazını incelendiğinde bu ölçüm modeli temelinde geliştirilen birçok hizmet kalitesi ölçüm modeli olduğu gözükmemektedir. DİNESERV, RECQUAL, LODGSERV, HOLSAT, HOTELQUAL, HOLSERV, HISTOQUAL, TANGSERV, HOTELZOT, HOTSPERF bu modellere örnek olarak gösterilebilmektedir (Prabaharan vd., 2008; Sarıışık, 2014; Aksu vd., 2020; Tribe ve Snaith, 1998; Díez, 1999; Ertürk, 2011; Kılıç ve Eleren, 2009).

Genel olarak yapılan çalışma sonucunda ise kaliteli bir hizmetten söz edilebilmesi için hizmetten yaralananların isteklerini karşılaması veya aldıkları hizmetin beklentilerine dair isteklerinin üzerinde olması gerektiği sonucuna varılmıştır (Kılıç ve Eleren, 2009).

2.5.4. RECQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

Bu model eğlence hizmetlerindeki hizmetin kalitesini ölçmek amacıyla MacKay ve Crompton (1990) tarafından geliştirilmiş bir model olarak karşımıza çıkmaktadır (Mackay ve Crompton, 1988). Özellikle turizm sektöründeki rekreasyon hizmet kalitesinin değerlendirilmesi için oluşturulan bu ölçüm modeli, SEVRQUAL modelinin seyahat acentalarının sunduğu hizmet kalitesini değerlendirmede güvenilir olsa da kısıtlı bir kalıp içerisinde kaldığını ve SERVQUAL modelinin kalite noktasında yapmış olduğu değerlendirme ölçütlerinden eksik olduğu düşünülen boyutların tamamlanması gerekliliğinden ötürü oluşturulan bir ölçek olduğu söylenmektedir (Prabaharan vd., 2008).

Ölçek, SERVQUAL ölçeğinde bahsedilen beş boyuttan (Fiziksel Özellikler, Güvenirlilik, Empati, Yeterlilik ve Güven) yola çıkılarak bir işyerinde ya da kuruluştaki belli bir işi yapmak üzere ayrılmış olan bölümde (Sağlık Kulübü, Buz Hokeyi, Resim-Boyama ve Yürüyüş) kalite araştırması yapıldığı gözükmemektedir (Kılıç ve Eleren, 2009).

Yirmi beş önermeden oluşan ve eğlence hizmetlerini ölçmeye yarayan bu ölçüm modeli “Fiziksel Özellikler”, “Güvenirlilik”, “Güvence”, “Duyarlılık” ve “Empati” olmak üzere beş boyuttan oluştuğu ifade edilmektedir (Aksu vd., 2020).

2.5.5. LODGSERV Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

Konaklama hizmetleri geliştirmekte olan ülkeler için ekonomik olarak son derece önemli olmakla birlikte, hizmet sektörünün de büyük bir parçasını oluşturmaktadır. Bu nedenle konaklama hizmetlerindeki kalitenin artırılması noktasında da çalışmaların yapılması ihtiyacı duyulmuş ve konaklama hizmetlerindeki kalitenin ölçülebilmesi noktasında Kunutson ve arkadaşları tarafından 1990 yılında bu model geliştirilmiştir (Eleren, 2009).

Bu hizmet kalitesi ölçüm modelinde, SERVQUAL ölçeğindeki beş boyut değiştirilmeden kullanılarak yirmi altı önerme üzerinden değerlendirme yapılmaya çalışılmıştır (Sarışık, 2014).

2.5.6. SERVPERF Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

Cronin ve Taylor tarafından 1992 yılında yapılan bu çalışma SERVQUAL ölçeğine bir alternatif olarak geliştirilmiştir. Geliştirilen ölçek ile algılanan hizmet kalitesini, müşteri memnuniyeti ve satın alma niyetleri arasındaki ilişkilerin önemini ölçmek için alternatif bir yöntem sağlamak amaçlanmıştır. Cronin ve Taylor (1992) bu

kavramları ve aralarındaki ilişkileri araştırırken aşağıdaki görüşleri ileri sürmüştür. Bu görüşleri sıralayacak olursak (Gilmore ve McMullan, 2009);

- Hizmet kalitesinin performansa dayalı bir ölçümü, hizmet kalitesi yapısını ölçmek için geliştirilmiş bir araç olabilir.
- Hizmet kalitesi müşteri memnuniyetinin öncülüdür.
- Tüketici memnuniyetinin satın alma niyetleri üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır. Hizmet kalitesinin satın alma niyetleri üzerinde tüketici memnuniyetinden daha az etkisi vardır.

Cronin ve Taylor yaptıkları bu performansın hizmet kalitesini ölçmede kriter bakımından yeterli olduğu, müşterilerin beklentilerinin bireysel olarak dikkate alınması gerektiği ve hizmetin kalitesini tanımlayan kriterlerin sektörlere göre değişiklik gösterebileceğini söylemektedir (Cronin Jr ve Taylor, 1992).

Yukarıda bahsedilen performansın kriterinde kullanılan ölçüt, sadece müşteri tarafından direk olarak algılanan performans ölçeğidir. Yani beklentinin hizmetin kalitesini ölçmede herhangi bir fonksiyonu bulunmamaktadır (Koçoğlu ve Aksoy, 2012). Ayrıca yüksek hizmet kalitesinden bahsedilebilmesi için müşterinin tatmin duygusunun giderilmesi gerekmektedir. Tatmin duygusunun giderilmesinin işletmelerce satılan hizmetlere de eğilimin artmasına sebep olacaktır. Ölçekte, 4 sektördeki (Banka zararlarına karşı mücadele, kuru temizleme, fast food) hizmet kalitesi belirlenmeye çalışılmış, performansın ölçülebilmesi amacıyla 22 soru sorulmuş ve 5 boyut “Fiziki İmkânlar”, “Güvenebilirlik”, “Cevap Verebilirlik”, “Güvence”, “Empati” şeklinde yeni bir hizmet kalitesi ölçüm modeli oluşturulmuştur (Türk, 2009).

Sonuç olarak bakıldığında burada amacın hizmetin kalitesini performansa eşitlemek ve performans açısından verilerin toplanarak satın alma davranışının kaliteli hizmet almaktan ziyade müşterinin tatmin olması ile alakalı olduğunu belirlemek olduğu ifade edilmektedir (Akdu, 2014).

2.5.7. LODGQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

Hizmet kalitesini ölçmeye yarayan birçok modelden biri olan bu model, SERVQUAL hizmet kalitesi modelinin konaklama hizmetlerindeki kaliteyi ölçmede yeteri kadar başarılı olamayacağını ifade eden Getty ve Thompson tarafından 1994 yılında geliştirilmiştir (Demirbulat, 2018).

Ölçüm modelinde, müşteri tatmini önemli bir paya sahip olup, tatmin düzeyinin hizmet kalitesi ve davranışlara etki ettiği, satın alma ve tavsiye süreçlerini hızlandırdığı söylenmektedir (Koçoğlu, 2009).

Yukarıda da bahsedildiği üzere otel işletmelerinde performans üzerine odaklanarak müşteri algılarındaki değişimin kaliteyi ifade ettiği ve müşteri tatminin işletmeler açısından önemli olduğu vurgulamaktadır (Kılıç ve Eleren, 2009).

2.5.8. DİNESERV Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

Yiyecek ve içecek hizmetlerinin sektörde çok çeşitli yer tutması nedeniyle birçok araştırmacı tarafından çeşitli işletmelerde belli kriterler üzerinden değerlendirmeler yapılarak müşteri memnuniyetinin yüksek olduğu durumlarda bireylerin satın alma isteklerinin de arttığı, tavsiye ve reklam gibi faaliyetlerin daha yaygın olarak gerçekleştirildiği belirtilmektedir (Aksu vd., 2016). Dolayısıyla bu sektörde de diğer sektörlerde olduğu gibi hizmet kalitesine dair kriterlerin belirlenmesi önemli olduğundan, Stevens, Knutson ve Patton tarafından 1996 yılında SERVQUAL modelinden esinlenerek işletmelerce verilen yemek hizmetlerinin kalitesini değerlendirebilmek amacıyla bu ölçek geliştirilmiştir. Yapılan araştırma 29 önerme ve 5 boyuttan oluşmaktadır (Aksu vd., 2020).

Ölçekte bahsi geçen boyutlara baktığımızda; “Fiziksel Özellikler”, “Güvenilirlik”, “Heveslilik”, “Güvence” ve “Empati” boyutlarından oluştuğu gözükmektedir. Burada her boyut aslında birbirinden önemli değerlendirme kriteri olarak karşımıza çıksa da, yapılan araştırmalarda bu boyutlardan en önemlisinin güvenilirlik olduğu ifade edilmiştir. Güvenilirlik boyutunu ise fiziksel özellikler, güvence, heveslilik ve empati takip etmektedir (Markovic vd., 2013).

2.5.9. HOLSAT Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

Turistlerin tatil memnuniyetini ölçmek amacıyla kullanılan bu model, Tribe ve Snaith tarafından 1998 yılında geliştirilmiş olup, ambiyans, restoranlar, barlar, mağazalar, fiziksel tatil yeri ve tesisler ile gece hayatı, transferler, miras ve kültür ve konaklama yapılarını içeren teorik model olarak tanımlanmaktadır (Ceylan vd., 2016).

Tribe ve Snaith (1998), turistin bir destinasyondan memnuniyetini, turistin o destinasyonun özelliklerini değerlendirmesi noktasında beklentilerini aşma derecesi olarak tanımlamıştır. Ayrıca ölçeğin önemli bir özelliği olarak belirli bir hizmet sağlayıcısından (otel gibi) ziyade bir destinasyondaki tatil deneyimlerinden turistlerin memnuniyetini ölçme yeteneği olarak ifade edilmektedir. HOLSAT, destinasyonun çok çeşitli tatil özelliklerinin performansını, müşterinin beklentileriyle karşılaştırarak, bir destinasyonla tüketici memnuniyetinin değişken ve çok boyutlu karakterini özel olarak ele almaktadır. Bu ölçek, uygulama alanı olarak Vietnam'da gerçekleştirilmiş olup, bu

bölgede tatil yapmayı seçen gezginlerin, örneğin lüks bir gemi yolculuğunda tatil yapanlardan farklı beklentilerinin olabileceğini, bu sebeple de memnuniyeti belirlemede fiyat unsurunun tüketicilerin tatil deneyimini değerlendirirken dikkate aldıkları önemli bir unsur olduğunu iddia etmektedirler (Truong, 2005).

Ölçek, ölçümü temelde üç ana araştırma aracı olan Önem-Performans, SERVQUAL ve SERVPERF üzerinden gerçekleştirerek, destinasyonların ziyaret öncesi ve sonrası, farklı zaman diliminde sunulan hizmetin performansı, çeşitli kriterler çerçevesinde ölçülmeye çalışmaktadır (Tribe ve Snaith, 1998). Model, toplamda 5 boyuta odaklanmıştır. Bunlar; “Destinasyondaki Turistik Çekicilikler”, “Etkinlikler”, “Turistik tesisler”, “Konaklama” ve “Erişilebilirlik” olarak ifade edilmektedir (Aksu vd., 2020).

2.5.10. HOTELQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

Konaklama işletmelerinde verilen hizmet kalitesini değerlendirmek amacıyla 1999 yılında yapılan çalışmaların sonucunda Falces, Sierra Diez, Becerra Garnde ve Brinol Turnes tarafından geliştirilmiştir. Bu modelde Parasuraman, Zcithaml ve Berry tarafından geliştirilen SERVQUAL ölçeği temel alınarak, konaklama sektöründeki kalitenin değerlendirilmesi ve bu sektördeki sınırlamalarında tespit edilmesi ile beraber yeniden bir ölçek model oluşturulmuştur (Díez, 1999).

Ölçek, algılanan hizmet kalitesi yönünden İspanyol konaklama hizmetlerinin kalitesinin ölçülmesi sonucunda üç farklı boyuta dayandığı ve bu boyutların işletmenin ve çalışanlarının değerlendirilmesi ile hizmetin değerlendirilmesi aşamalarından oluştuğu görülmektedir. Ayrıca bu modelin sadece konaklama hizmetlerini kapsama alanı içerisine aldığı da belirtilmektedir (Aksu vd., 2020).

Ölçek, 20 soru üzerinden yukarıda belirtilen boyutlar çerçevesinde düzenlenmiştir (Demirbulat, 2018). Ölçek oluşturulurken konaklama sektöründe bulunan mevcut bir kurum ve kişiler üzerinden hareket edilerek somut unsurlar üzerinden çalışmalar sonuçlandırılmıştır (Díez, 1999).

2.5.11. HOLSERV Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

Hizmet kalitesi, müşterileri memnun etmek, elde tutmak açısından merkezi bir öneme sahiptir. Parasuraman ve arkadaşları tarafından kullanılan SERVQUAL modelinden esinlenerek Mei ve arkadaşları tarafından geliştirilen bu modelde, konaklama sektöründe faaliyet sunan işletmelerin konaklama hizmet kaliteleri değerlendirilmiştir. Ölçekte algı ve beklentiler tek bir model etrafında birleştirilerek algı

ve beklentiler arasındaki boşluk giderilmeye çalışılmıştır (Kumar ve Samtani,2021). Değerlendirmeler yapılırken bazı önermeler çıkarılmış, bazı önermeler değiştirilmiş ve bir takım önermeler ise ölçeğe eklenmiştir (Ertürk, 2011).

Mei, Dean ve White'ın 1999 yılında yapmış oldukları bu çalışma toplamda 27 önerme ve 7' li Likert tipi ölçekten oluşmaktadır (Kılıç ve Eleren, 2009). Mei ve arkadaşları otel hizmet kalitesini ölçmek için SERVQUAL ölçeğinde kullanılan 5 boyut yerine, çalışanlar, somut ve güvenilirlik olmak üzere üç boyut olacak şekilde SERVQUAL ölçeği ile aynı boyutlara sahip boyutları yeniden oluşturmuşlardır (Kumar ve Samtani, 2021).

Konaklama endüstrisindeki hizmet kalitesi değerlendirilebilmesi amacıyla oluşturulan soruların bu hizmet kalitesi ölçüm modelinde daha çok sektör içerisindeki personellere yönelik olduğu gözükmemektedir (Demirbulat, 2018).

2.5.12. HISTOQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

SERVQUAL ölçüm modelinin yapılan araştırmalarda hizmet kalitesini ölçmede yarar sağladığı ifade edilse de, tarihi evlerdeki hizmet kalitesinin değerlendirilebilmesi amacıyla yeni bir modele ihtiyaç duyulacağı Frochot ve Hughes tarafından ifade edilerek, 2000 yılında bu ölçek oluşturulmuştur. Burada ölçek geliştirilirken SERVQUAL ölçeğindeki bazı maddeler değiştirilerek bazı ifadelerse tarihi evleri ziyaret edenlere uygun hale getirilerek 43 soru ve 5 boyut olacak şekilde sınıflandırılmıştır (Frochot ve Hughes, 2000).

Ölçek, yapılan faktör analizleri sonucunda 19 sorunun çıkarılması ile birlikte 24 soru ve 5 boyutlu yeni bir ölçek elde edilmiştir. SERVQUAL ölçeğinden farklı olarak “İletişim” ve “Tüketim Malları” boyutları farklı iki boyut olarak bu ölçekte karşımıza çıkmaktadır (Aksu vd., 2020). Burada iletişim boyutu, verilmekte olan bilgi kalitesini ve ayrıntısını, tüketim malları boyutu, o an ile ziyaret edilen tarihi ev ya da müzedeki ziyaret edilen kafeterya ve tanıtım malzemesi gibi yerleri kapsamaktadır (Sert ve Karacaoğlu, 2018).

2.5.13. SERVPERVAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

Turizm sektöründeki algılan hizmet değerini çok boyutlu olarak ele alan Petrick, restoran hizmetleri açısından algılan hizmet kalitesi ölçmek amacıyla bu modeli geliştirmiştir. Model geliştirilirken Zeithaml tarafından geliştirilen hizmet kalitesi ölçüm modeli üzerinden gidilmiştir. 2002 yılında Petrick tarafından geliştirilen bu ölçüm modelinde hizmetin algılanan değerini ölçmek amacıyla 25 soru ve 5 boyuttan oluşan

bir ölçek geliştirilerek yola çıkılmıştır. Oluşturulan boyutlara baktığımızda davranışsal fiyattan kasıt gerçekte parasal anlam ifade etmeyen çabalar ürünü iken, parasal fiyat hizmet için ödenen bedel anlamına gelmektedir. Duygusal tepki ise müşterideki duygu yoğunluğu, kalite, ürünün kalitesi ve itibar ise müşteri tarafından algılanan popülerlik şeklinde ifade edilebilmektedir (Konuk, 2008; Petrick, 2002).

Bu ölçek boyutları Şekil 3’te belirtildiği gibidir.



Şekil 3. Hizmet seçimi sürecinde deneyim sonrası algılanan değer (Petrick, 2002).

2.5.14. TANGSERV Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

Bu ölçek, 2002 yılında Raajpoot tarafından yemek hizmetlerindeki kalitenin ölçülebilmesi adına kaliteye etki edecek oturma düzeni, sunum, ambiyans gibi kriterler çerçevesinde somut unsur üzerinden oluşturulmuştur. Ölçeğe baktığımızda ölçek oluşturulmadan önce SERVQUAL ve DINESERV ölçekleri incelenerek somut olan ve olmayan unsurları anlamanın hizmetin kalitesini algılamada bu ölçek için önemli olduğu dile getirmiştir. Bunun yanın da somutluluğun bu modellerde genel olarak hizmet kalitesi yapısını ölçen kısıtlı bir parça olmasından ötürü geniş imkânlar sunan bir somut kalite ölçüm modelinin oluşturulması gerekliliği üzerinde durulmuştur (Raajpoot, 2002).

Ölçeğe baktığımızda yemek hizmeti faaliyeti sunan işletmelerde hizmeti kalitesini ölçmeye yarayan DINESERV ölçüm modelinin kapsamadığı tasarım veya yerleşim boyutu, ürün ya da hizmet boyutu ile ortam veya sosyal boyut olarak ele alınan bir

model olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu modelde tüm fiziksel unsurlar yukarıda belirtildiği gibi üç kategoride değerlendirmektedir. Mobilyaların ortama ve hareket imkânı sağlayacak şekilde ayarlanması tasarım veya yerleşim boyutuna, yemeğin sunumundan çeşitliliğine kadar olan süreci ürün ya da hizmet boyutuna, ışık düzeninin verimli oluşu, sıcaklık şartları gibi unsurlar ise ortam veya sosyal boyuta örnek olarak gösterilmektedir (Lee vd., 2016).

Genel olarak baktığımızda bu ölçüm modeli birçok yemek hizmeti veren işletmelerce kullanılsa da yapılan literatür araştırmalarına bakıldığında kalitenin ölçülmesi adına yeterli kadar yol kat edemedikleri ifade edilmektedir (Bilgin, 2017).

2.5.15. HOTELZOT Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

Bu hizmet kalite modeli Nadiri ve Hussain tarafından 2005 yılında SERVQUAL ölçeği temel alınarak geliştirilmiştir. Bu modelde hoşgörü/tolerans bölge kavramı ele alınmıştır. Çalışma Kuzey Kıbrıs'ın Gazimağusa ve Girne bölgelerindeki dört ve beş yıldızlı otellerinde gerçekleştirilmiştir. Burada amaç Kuzey Kıbrıs'taki otelleri ziyaret eden müşterilerin memnuniyet düzeylerini belirlemektir (Nadiri ve Hussain, 2005).

Bu ölçüm modeli toplamda 23 sorudan oluşmakta ve bu soruların 22 tanesi SERVQUAL ölçek modelindeki soruların ölçüm modeline uyarlanması ile oluşturulmuştur (Kılıç ve Eleren, 2009). Ayrıca ölçüm modelinde arzulanan hizmet ile algılanan hizmetin müşteri açısından yeterlilik ölçütü çerçevesinde değerlendirilerek oteller için tolerans aralığı tespit edilmeye çalışılmıştır (Demirbulat, 2018).

Sonuç olarak, otel yöneticilerinin verilen hizmetin kalitesini artırabilmeleri için hizmet seviyesini müşterilerin istek ve beklentilerinin üzerinde tutarak, tolerans bölge uygulamalardan yararlanmalarının uygun olacağı ifade edilmiştir (Nadiri ve Hussain, 2005).

2.5.16. TOURSERVQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

Eraqi tarafından 2006 yılında geliştiren bu ölçüm modelde, Mısır'daki turizm hizmet kalitesinin müşterilerin görüşleri çerçevesinde değerlendirilmesi söz konusudur. Araştırmada 1982 yılında Mısır'ın yaklaşık bir milyona yakın ziyaretçiyi ağıladığı bu sayının 2003 yılında altı milyon ziyaretçiye yükseldiği ve her geçen gün bu potansiyelin arttığı belirtilerek Mısır'daki turizm kalitesine ilişkin müşteri görüşlerini değerlendirmiş ve iç müşteri memnuniyeti için gerekli koşullar olarak turizm iş ortamının ne ölçüde yaratıcı ve yenilikçi olduğunu ölçmeye çalışılmıştır (Eraqi, 2006).

Ölçüm modeli 16 soru ve 5 boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar emniyet ve güvenlik, erişebilirlik, uyum/uygunluk, hijyen ve şeffaflıktır (Aksu vd., 2020).

Eraqi yapmış olduğu çalışmada müşterinin bakış açısını tespit etmenin Mısır'daki turizm sektörü için önemli olduğu ifade ederek yukarıda bahsedilen ve Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından kullanılan boyutlar üzerinden çalışmalar sürdürerek sonuçlara ulaşmıştır (Marlyana ve Khoiriyah, 2015).

2.5.17. RURALQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

Her geçen gün kırsal alanlarda gerçekleştirilen turizm faaliyetleri önem kazanmaktadır. Bu sebeple kırsal alanlarda bulunan konaklama işletmelerine dair hizmetin kalitesinin de değerlendirmesi gerektiğinden, 2007 yılında Loureiro tarafından bu ölçüm modeli geliştirilmiştir (Loureiro ve Miranda González, 2009).

Turistler farklı bölge ve turizm çeşitlerini keşfe ihtiyaçları duymaları ve her geçen gün kırsal alanlarda artarak gerçekleşen turizm faaliyetleri sebebiyle bu alanlarda da kalitenin artırılmasına yönelik çalışmaların yapılmasına ihtiyaç duyulmuş ve bu çerçevede 22 maddelik bir model oluşturulmuştur (Loureiro ve Miranda González, 2009).

Yirmi iki soruda oluşan bu ölçüm modeli 6 boyut altında toplanmıştır. Bu boyutlar “Profesyonellik”, “Rezervasyon”, “Somutluk”, “Tümleyici Fayda” ile “Kırsal ve Kültürel Çevre” dir. Araştırma sonucunda ise elde edilen verilerden kırsal ve kültürel çevre en düşük boyut olarak karşımıza çıkmaktadır (Marković vd., 2021).

2.5.18. DINESCAPE Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

2008 yılında Ryu ve Jang tarafından restoranların fiziksel koşulları ile ilgili alıcıların algılarını ölçmek amacıyla bu model geliştirilmiştir. DINESCAPE olarak adlandırılan model, Hindistan bölgesinde uygulanmış ve artan rekabet ortamında öne çıkmak adına restoran hizmetlerindeki fiziki ortamlardaki görsellikler artırılarak müşterilerin beklentilerinin karşılanması hedeflenmiştir. Model, 6 boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar nicel analizlere dayalı olup, “Tesis Estetiği”, “Ambiyans”, “Aydınlatma”, “Servis Malzemeleri”, “Yerleşim Düzeni” ve “Servis Personeli” olarak düzenlenmiştir (Ryu ve Jang, 2008).

Yukarıda bahsedilen 6 boyutun tamamına baktığımızda ise; duvarlardaki dekorlar, ortamlara bitki ve çiçekler konulması fiziksel özelliklere örnek verilebilirken, ortamın sıcak ve rahat aydınlanmanın düşük ışık seviyeleri ile sağlanması aydınlatmaya, somut olmayan arka planda müşterileri etkilemek için kullanılan müziklerin ambiyans

boyutuna, rahat bir oturma planı olması yerleşim düzenine, servis sunumu yapılan araç ve gereçlerin yüksek kalitede olması servis malzemeleri boyutuna ve en son olarak ise çalışanların görünümü ve yeterli sayıda çalışanın olması servis personel boyutuna örnek olarak verilebilir (Mahalingam vd., 2016).

2.5.19. HOTSPERF Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

2016 yılında Tefera ve Govender tarafından SERVQUAL ve SERVPERF ölçüm modelleri örnek alınarak yeni bir ölçüm modeli tasarlanmaya çalışılmıştır (Demirbulat, 2018). Çalışma sonucunda ölçeğin geçerli bir ölçek olduğu ifade edilmiştir (Tefera vd., 2016).

Ölçek somut (Hizmetle ilişkili malzemeler otelde görsel olarak çekicidir) ve somut olmayan (Otel hizmetleri hakkında doğru bilgi sağlar) olmak üzere iki boyutta 25 önermeden oluşmaktadır. Ayrıca bu ölçek sayesinde SERVQUAL/SERVPERF ölçek unsurları da daha olumlu okunacak şekilde yeniden dizayn edilmekle birlikte model farklı konaklama hizmeti özelliğine sahip işletmeler arasındaki farklılıkları kıyaslama usulü ile tespit edilmesine olanak tanıdığı ifade edilmektedir (Mhlanga, 2018; Sikand, 2020).

2.5.20. ECOPERF Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

2017 yılında yapılan çalışma sonucunda Bam ve Ramsaran tarafından SERVPERF ile SERVQUAL ölçüm modelleri üzerinden hareketle geliştirilen model, özelinde müşteri memnuniyetini tahmin etmede ve ekoturizm hizmet kalitesini değerlendirmede kullanılmaktadır. Ölçüm modeli, SERVPERF ile SERVQUAL ölçüm modellerinde belirtilen boyutlara ek üç boyut daha ilave edilmesi ile yeni bir hizmet kalite ölçüm modeli geliştirilmiştir. Geliştirilen modelde ek boyut olarak “Çevre Dostu Uygulamalar”, “Eko-Etkinlikler” ve “Eko-Öğrenme” boyutları ölçeğe ilave edilmiştir (Ban ve Ramsaran, 2017; Joowon ve Guruge, 2021).

Model de ek ilave edilen boyutlara içerik bakımından bakıldığında çevre dostu uygulamalar boyutuna kaya tırmanışı ve rehber eşliğinde kamp yapılması, eko- öğrenme boyutuna ise özel rehberlik turları örnek verilebilir. Ayrıca modelde belirtilen çevre dostu uygulamalar boyutunun da ekoturizm noktasından hizmetin kalitesini değerlendirme açısından önemli olduğu ifade edilmektedir (Aksu vd., 2020).

2.5.21. LQI Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

Konaklama sektöründe faaliyet gösteren işletmelere bakıldığında piyasada birçok işletmenin bulunması ve verilen hizmetin boyutunun çok yönlü olması sebebiyle hizmet kalitesinin de çok yönlü bir yaklaşımla ele alınması olayını gündeme getirmiştir. Getty ve Getty tarafından 2003 yılında oluşturulan bu model SERVQUAL ölçüm modeli temel alınarak geliştirilmiştir. Model 8 maddeden oluşan bir süreci kapsamaktadır. Bu süreçler kalite alanının belirlenmesi, önerme maddelerinin oluşturması, ilk verilerin toplanması, ölçeğin sadeleştirilmesi, ikinci kez veri toplanması, güvenilirliğin değerlendirilmesi, geçerliliğin değerlendirilmesi ve norm oluşturulması süreçleri kapsamında değerlendirilmeye alınmıştır (Getty ve Getty, 2003).

Yukarıda bahsedilen sekiz aşamalı süreç sonucunda ortaya çıkan veriler güvenilirlik ve geçerlilik analizleri kapsamında değerlendirilerek 26 soru ve 5 boyuttan oluşan bir ölçüm modeli oluşturulmuştur (Aksu vd., 2020).

Bu boyutlar; “Fiziksel Özellikler”, “Güvenilirlik”, “Yeterlilik”, “Güven” ve “İletişim” dir (Kılıç ve Eleren, 2009).

2.5.22. AIRQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

Hava yolu ile seyahat potansiyeli her geçen gün artmakta ve buda havayolu firmaları arasındaki rekabeti de körüklemektedir. Bu sebeple hava yolu işletme portföyünde faaliyet sunan işletmeler için müşterilerin almış oldukları hizmetin kaliteli olması önem arz etmektedir. Dolayısıyla başka sektörlerde olduğu gibi havayolu taşımacılığı sektöründe de hizmet kalitesinin değerlendirilebilmesi amacıyla bu ölçüm modeli belirli kriterler çerçevesinde geliştirilmiştir (Eker, 2007).

Havayolu hizmet kalitesini etkileyen faktörlere baktığımız uçuş öncesi hizmetler, uçuş hizmetleri ve uçuş sonrası hizmetler olarak kaliteyi etkileyen unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu faktörlere birer örnek vermek gerekirse rezervasyon ve bilet alma uçuş öncesine, yolculara karşı nezaketli olma uçuş hizmetlerine, zamanında varış uçuş sonrası hizmetlere örnek verilebilir (Abdel Rady ve Hospitality, 2018).

Bu ölçüm modelinin ölçüm kriterleri 5 boyut üzerinden gerçekleşmektedir. Koltukların rahat ve hijyenik oluşu fiziksel boyutunu, personelin alanında uzman olması güvenilirlik boyutunu, personelin müşterilere karşı kibar oluşu heveslilik boyutunu, varış ve kalkış zamanlarının uygun olması güven boyutunu, şikayetlerin dikkate alınması ise empati boyutunu ifade etmektedir (Aksu vd., 2020).

2.5.23. HESQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

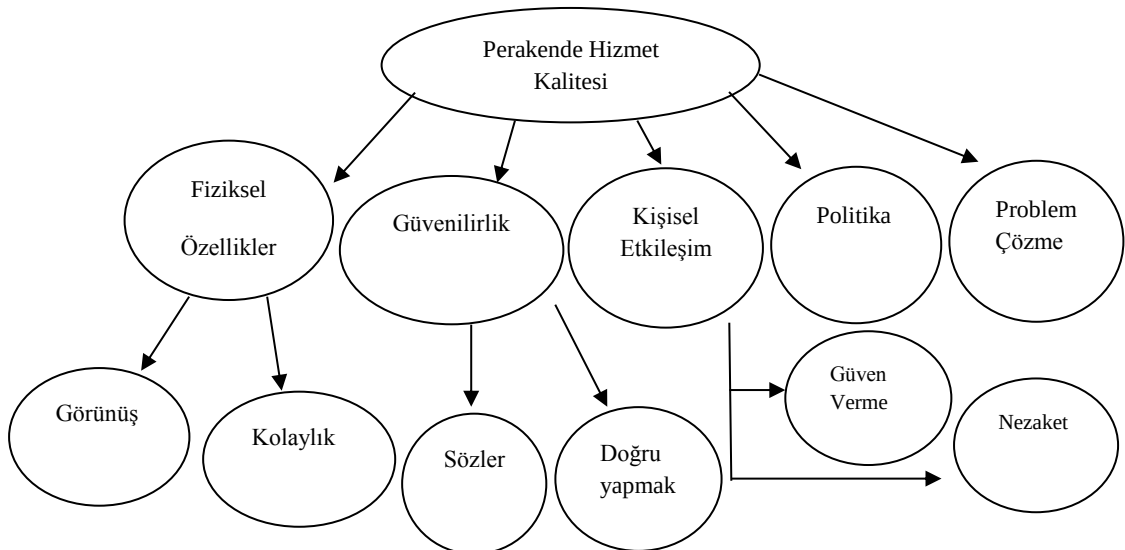
Teeroovengadum, Kamalanabhan ve Seebaluck tarafından 2016 yılında yükseköğretimdeki hizmet kalitesini ölçmek amacıyla geliştirilmiştir. Ölçek, 48 soru ve 5 boyuttan oluşmaktadır (Yılmaz, 2019).

Yukarıda bahsedilen 5 boyuta baktığımızda bunlar; “İdari Yönetim Kalitesi”, “Fiziki Olanakların Kalitesi”, “Eğitim Kalitesi”, “Destek Hizmetlerinin Kalitesi” ve “Dönüştürücü Nitelik” olarak karşımıza çıkmaktadır (Kokoç ve Ersöz, 2020).

Teeroovengadum ve arkadaşları tarafından yapılan bu model çalışmasında, hizmet kalitesinin fonksiyonel ve teknik yönleri göz önünde bulundurularak nicel ve nitel yöntemler kullanılmıştır. Bu ölçüm modelinde 250 öğrenci üzerinde çalışılarak ankete dönüş yapan 207 öğrenci üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizler sonucunda ölçeğin Yükseköğretim’deki hizmet kalitesini ölçmede güvenilir bir araç olduğu tespit edilmiştir (Teeroovengadum vd., 2016).

2.5.24. RSQS Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

Pazarlama uygulayıcıları ile araştırmacılarınca Parasuraman ve arkadaşları tarafından geliştirilen SERVQUAL ölçüm modelinin “Core Service” denilen bankacılık uygulamasının, telefon hizmetlerinde perakendeci mağazalar için uygulanacak yeterli bir ölçek olamayacağı söylenmektedir (Ünsalan, 2016). Bu nedenle yeni bir modelin geliştirilmesine ihtiyaç duyan Dabholkar vd. 1990 yılında müşteri deneyimlerini ve perakende işletmelerine yapılan ve negatif sonuç alınan çalışmaları derleyerek incelemiştir. Yapılan incelemeler sonucunda Şekil 4’te belirtilen 5 boyut ve 28 sorudan oluşan bir ölçüm modeli oluşturulmuştur (Dabholkar vd., 1996).



Şekil 4. RSQS Grafik Model (Dabholkar vd., 1996).

2.5.25. ECOSERV Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

Ekoturizm amacıyla ziyaret gerçekleştiren turistlerin hizmet kalitesi beklentilerini ölçmek amacıyla Khan tarafından bu model geliştirilmiştir. İlk çalışmalara başlanırken SERVQUAL ölçeğinden yararlanılan modelde, ekoturizm kapsamında ziyaret planlaması yapan turistlerin normal turistlerden farklı olduğu ve bu sebeple de hizmete dair kalite beklentilerinin niyetleri kapsamında şekillendiği, tam da bu sebepten ötürü yeni bir modelin de oluşturması gerektiği vurgulanmıştır (Khan, 1996).

Modeldeki soruların 19 tanesi SERVQUAL ölçeğinden direkt alınmış ve 8 tane yeni soru ile toplamda 30 soruluk bir değerlendirme kriteri ortaya konmuştur (Khan, 2003). Yeni ölçek sorularının daha net anlaşılabilmesi adına, SERVQUAL hizmet kalitesi ölçüm modeli ile ECOSERV hizmet kalitesi ölçüm modelinin karşılaştırılmıştır. Karşılaştırmalara ilişkin meddeler Tablo 2’ de belirtilmiştir.

Tablo 2. Hizmet kalitesi beklenti ölçeğinin içeriği- karşılaştırma (Aksu vd., 2020; Khan, 1996).

	SERVQUAL Ölçüm Modeli	ECOSERV Ölçüm Modeli	
	Fiziksel Özellikler	Fiziksel Özellikler	
1	İşletme, modern görünümlü hizmet araçlarına ve donanımına sahip olmalıdır.	Ekoturizm işletmesinde, çevresel bozulmayı en aza indiren ekipmanlar kullanılmalıdır.	***
2		Ekoturizm işletmesinin tesisleri çevre ile uyumlu olmalıdır.	**
3		Ekoturizm işletmesinin tesisleri çevre açısından güvenli olmalıdır.	**
4	İşletmenin fiziksel donanımı ve binası görsel olarak çekici olmalıdır.	Ekoturizm İşletmesinin fiziksel donanımı ve binası görsel olarak çekici olmalıdır.	*
5		Ekoturizm işletmesi temiz ve kirlenmemiş bir çevrede bulunmalıdır.	**
6		Ekoturizm işletmesinin fiziksel donanımı ve binası yerel unsurları yansıtmalıdır.	**
7		Ekoturizm işletmesinde yerel etkinlikler ve eğlenceler düzenlenmelidir.	**
8	İşletme çalışanlarının dış görünüşleri iyi ve temiz olmalıdır.	Ekoturizm işletmesi çalışanları, yerel dokuya uygun kıyafetler giymelidir.	***
9		Ekoturizm işletmesi çalışanları, iyi görünümlü ve rahat kıyafetler giymelidir.	**
10	İşletmede, hizmete eşlik eden malzemeler(kitapçık, broşür vb.) görsel olarak çekici olmalıdır.	Ekoturizm işletmesinde hizmete eşlik eden malzemeler(kitapçık, broşür vb.) yerel unsurları yansıtacak nitelikte görsel çekiciliğe sahip olmalıdır.	***

Tablo 2. (Devamı)

	SERVQUAL Ölçüm Modeli	ECOSERV Ölçüm Modeli	
	Fiziksel Özellikler	Fiziksel Özellikler	
11		Ekoturizm işletmesinde hizmete eşlik eden malzemeler(kitapçık, broşür vb.) yerel unsurları yansıtacak nitelikte olmalıdır.	**
	Güvenilirlik	Güvenilirlik	
12	İşletme hizmeti söz verdiği anda yerine getirmelidir.	Ekoturizm işletmesi, hizmeti söz verdiği anda yerine getirmelidir.	*
13	İşletme, müşterilerinin bir problemi olduğunda, problemi çözmek için samimi bir çaba göstermelidir.	Ekoturizm İşletmesi, müşterilerinin bir problemi olduğunda, problemi çözmek için samimi bir çaba göstermelidir.	*
14	İşletme, doğru hizmeti, ilk seferde tam olarak yerine getirmelidir.	Ekoturizm İşletmesi, doğru hizmeti, ilk seferde tam olarak yerine getirmelidir.	*
15	İşletme, hizmetlerini söz verdiği sürede yerine getirmelidir.	Ekoturizm İşletmesi, hizmetlerini söz verdiği sürede yerine getirmelidir.	*
16	İşletme, kayıtlarını doğru ve eksiksiz bir şekilde tutmalıdır.	Ekoturizm İşletmesi, kayıtlarını doğru ve eksiksiz bir şekilde tutmalıdır.	*
	Heveslilik/Duyarlılık	Heveslilik/Duyarlılık	
17	İşletme çalışanı, müşterilerine tam olarak hizmetin ne zaman yerine getirileceğini söylemelidir.	Ekoturizm İşletmesi çalışanı, müşterilerine tam olarak hizmetin ne zaman yerine getirileceğini söylemelidir.	*
18	İşletme çalışanı, müşterilerine hizmeti en hızlı şekilde vermelidir.	Ekoturizm İşletmesi çalışanı, müşterilerine hizmeti en hızlı şekilde vermelidir.	*
19	İşletme çalışanı, her zaman müşteriye yardım etmeye istekli olmalıdır.	Ekoturizm İşletmesi çalışanı, her zaman müşteriye yardım etmeye istekli olmalıdır.	*
20	İşletme çalışanı, asla müşterilerin acil ihtiyaçlarına yanıt vermeyecek kadar meşgul değildir.	Ekoturizm İşletmesi çalışanı, asla müşterilerin acil ihtiyaçlarına yanıt vermeyecek kadar meşgul değildir.	*
21	İşletme çalışanının davranışları, müşterilerde güven duygusu uyandırmalıdır.	Ekoturizm İşletmesi çalışanının davranışları, müşterilerde güven duygusu uyandırmalıdır.	*
22	İşletme müşterileri, hizmete ilişkin konularda kendilerini güvende hissetmelidir.	Ekoturizm İşletmesi müşterileri, hizmete ilişkin konularda kendilerini güvende hissetmelidir.	*
23	İşletme çalışanı, sürekli olarak müşterilere saygılı ve kibar olmalıdır.	Ekoturizm İşletmesi çalışanı, sürekli olarak müşterilere saygılı ve kibar olmalıdır.	*

Tablo 2. (Devamı)

	SERVQUAL Ölçüm Modeli	ECOSERV Ölçüm Modeli	
	Fiziksel Özellikler	Fiziksel Özellikler	
24	İşletme çalışanı, müşterilerin sorunlarını cevaplamak için yeterli bilgiye sahip olmalıdır.	Ekoturizm işletmesi çalışanı, müşterilerin sorunlarını cevaplamak için yeterli bilgiye sahip olmalıdır.	*
	Empati	Empati	
25	İşletme, müşterilerine bireysel ilgi ve özen göstermelidir.	Ekoturizm işletmesi, müşterilerine bireysel ilgi ve özen göstermelidir.	*
26	İşletmede, çalışma saatleri tüm müşteriler için uygun olmalıdır.	Ekoturizm işletmesinde, çalışma saatleri tüm müşteriler için uygun olmalıdır.	*
27	İşletmenin, müşterilere bireysel ilgi gösterebilecek çalışanları olmalıdır.	Ekoturizm işletmesinin, müşterilere bireysel ilgi gösterebilecek çalışanları olmalıdır.	*
28	İşletme, müşterilerin çıkarları ile candan ilgilenmelidir.	Ekoturizm işletmesi, müşterilerin çıkarları ile candan ilgilenmelidir.	*
29	İşletme, çalışanları müşterilerin özel ihtiyaçlarını anlamalıdır.	Ekoturizm işletmesi, çalışanları müşterilerin özel ihtiyaçlarını anlamalıdır.	*
30		Ekoturizm işletmesi, müşteriler için gerekli olan tüm bilgileri yeterince sağlamalıdır	**

*SERVQUAL ölçüm modelinden aynen alınmış madde; ** Ölçüm modeline yeni eklenen madde;*** SERVQUAL ölçüm modelinden uyarlanan madde.

ECOSERV ölçüm modeli varlıkları “eko-maddi varlıklar ve maddi varlıklar” olmak üzere ikiye ayırmıştır. Bu varlıklardan kasıt ilk olarak tesisler ile çevresel bozulmayı minimum yapan teçhizatları, ikinci olarak ise iletişim malzemeleri olarak karşımıza çıkmaktadır. İlk başlarda 11 boyut olarak karşımıza çıkan çalışma zamanla şekillenerek 5 boyut olarak literatürde yerini almaktadır (Khan ve Su, 2003). Bu modelde yer alan boyutlar ve boyutlara ilişkin açıklamalar aşağıdaki gibidir (Khan, 1996).

- *Fiziksel özellikler*: Fiziksel tesisler, ekipmanlar ve çalışan personelin görünümü,
- *Güvenilirlik*: Söz vermiş olduğu hizmeti doğru ve güvenli bir şekilde sunması,
- *Heveslilik*: Müşterilere ihtiyaç duyduğu tüm konularda yardım etmeye istekli olmak,
- *Güvence*: Çalışanların doğru ve güvenilir hizmet verirken bilgi ve nezakete sahip olmaları,
- *Empati*: Müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını yerine getirirken bireysel dikkat ve özen göstermeleri,

Yukarıda belirtilen boyutlar çerçevesinde ECOSERV ölçüm modeline ilişkin alanyazınında birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalar incelendiğinde bazıları şu şekildedir.

Kore’ de bulunan Jeju adasını ziyaret eden kişiler üzerine 2003 yılında Khan ve Su tarafından bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, ekoturistleri mevcut pazara çekmek için ürün ile hizmetlerin farklılaştırılması ve müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayacak yüksek kalitede bir hizmetin varlığının olmasından bahsedilmektedir. Elde edilen veriler analiz sonuçlarının genel anlamda yorumlanmasında ise ekoturistlerin hizmetin kalitesini değerlendirmelerinin pozitif yönde olduğu sonucuna varılmıştır (Khan ve Su, 2003).

Diğer bir çalışma ise Lee ve Roh tarafından 2004 yılında Güney Kore’ de 212 ekoturist üzerinden gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, ekoturistlerin davranışlarını etkileyen faktörler arasındaki ilişki incelenerek, beklentiye ilişkin faktörlerin müşteri memnuniyetini önemli bir ölçüde etkilenmese de fiziksel özellikler, eko- deneyim ve performans faktörlerinin müşteriyi etkilemek adına önemli kriterler olduğu sonucunda varılmıştır (Roh vd., 2008).

Said, Jaaddil ve Ayop tarafından 2009 yılında yapılan çalışmada, Malezya’nın Gunung Gadign Ulusal Parkı’nı ziyaret eden turistlerin, ECOSERV hizmet kalitesi ölçüm modeli kullanılarak hizmet kalitesi analizi yapılmış ve alfa değerinin 0.70’ in üzerinde olduğundan bu modelin güvenilir olduğu ifade edilmiştir. Çalışmadan çıkan bir diğer sonuç ise “Eko- Fiziksel Özellikler” boyutunun en önemli boyut olduğu, önem derecesine göre bu boyutu “Güvence”, “Yanıt Verilebilirlik”, “Güvenilirlik”, “Somut ve Empati” boyutlarının takip etti sonucuna ulaşılmıştır (Said vd., 2009).

Sapari, Shuib, Ramachandran ve Afandi tarafından ECOSERV modeli kullanılarak Langkawi Adası’ daki Kilim Karst Jeo- Orman Parkı’nda yapılan bir diğer çalışmada, müşterilere anket uygulaması yapılarak 400 kişilik bir anket üzerinden değerlendirmeler yapılmıştır. Değerlendirmeler sonucunda, “Eko-Fiziksel Özellikler” başta olmak üzere hizmet kalitesinin beklentileri karşılamadığı sonucuna ulaşıldığı gözükmemektedir (Sapari vd., 2013).

Alanyazınında yabancı araştırmacıların yanında pek çok yerli araştırmacı tarafından bu hizmet kalitesi ölçüm modelinin çeşitli bölge ve alanlarda ekoturizm alanlarındaki hizmetin kalitesini ölçmek amacıyla kullanıldığı gözükmemektedir. Bu araştırmalar incelendiğinde bazıları şu şekildedir.

Uslu, Akay ve Ünal tarafından 2013 yılında Fethiye bölgesindeki kelebekler vadisinde yapılan çalışmada 151 yerli ve yabancı turiste anket uygulaması yapılmıştır.

Anketten elde edilen veriler ışından “Güvence” ve “Güvenilirlik” boyutları açısından müşterilerin beklentilerinin ve algılarının karşıladığı, diğer boyutlar açısından beklenti düzeylerinin algı düzeylerinden yüksek çıktığı ifade edilmektedir (Uslu vd., 2013).

Ünüvar ve Aydın tarafından 2017 yılında Türkiye’ de yapılan araştırmada, farklı bölgelerdeki ekoturizm alanlarında kurulu turizm merkezlerini ziyaret ederek anket uygulaması yapılmıştır. Anket sonucunda ziyaretçilerin algıladıkları hizmet kalitesi, beklentilerinden düşük çıkmıştır. Araştırmada, ECOSERV hizmet kalitesi ölçüm modeli boyutlarından en önemlisinin “Eko-Fiziksel” boyutu olduğu tespit edilmiştir (Ünüvar ve Aydın, 2017).

Genel olarak ölçek kapsamında yapılan bir değerlendirme de ise ölçeğe ilişkin en önemli boyutun, fiziksel unsurları oluşturan boyut olduğu, farklı bölge ve alanlarda ECOSERV hizmet kalitesi ölçüm modeli kapsamında yapılan araştırmalarında mevcut olduğu söylenebilmektedir (Kılıç ve Eleren, 2009).

Bu araştırmalar Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 3. ECOSERV ölçüm modelinden yararlanılarak gerçekleştirilen çalışmalar (Aksu vd., 2020).

Yıl	Yazar/Yazarlar	Madde Sayısı	Ölçülen Düzey
1996	Khan	30	Beklenti
2003	Khan	29	Beklenti
2003	Khan ve Su	28	Beklenti
2004	Lee ve Roh	30	Beklenti ve Algı
2009	Said, Jaddil ve Ayop	30	Beklenti ve Algı
2013	Liu, Hong ve Li	29	Beklenti
2013	Said, Shuib,Ayop ve Yaakup	16	Beklenti ve Algı
2013	Sapari, Shuib, Ramachand ve Afandi	27	Beklenti ve Algı
2013	Uslu, Akay ve Ünal	28	Beklenti ve Algı
2015	Aziz, Azizi ISA ce Ismail	30	Beklenti ve Algı
2015	Noorazlan, Aziz ve Isa	29	Beklenti ve Algı
2016	Aziz	30	Beklenti ve Algı
2016	Nuraisah ve Siow	34	Beklenti ve Algı
2017	Ünüvar ve Aydın	29	Beklenti ve Algı
2017	Yu, Tang ve Chen	28	Beklenti
2017	Türk	30	Beklenti ve Algı
2018	Güdü Demirbulat	50	Beklenti ve Algı
2018	Shapoval, Murphy ve Severt	29	Algı
2018	Aseres ve Sira	28	Beklenti ve Algı
2019	Köroğlu, Buzlukçu, Ulusoy Yıldırım, Oflaz	29	Beklenti ve Algı
2019	Machado	13	Beklenti ve Algı
2019	Markovic	29	Beklenti ve Algı
2019	Thao, Thuy ve Dat	47	Beklenti
2019	Valčić	29	Beklenti ve Algı

3. EKOTURİZME GENEL BAKIŞ

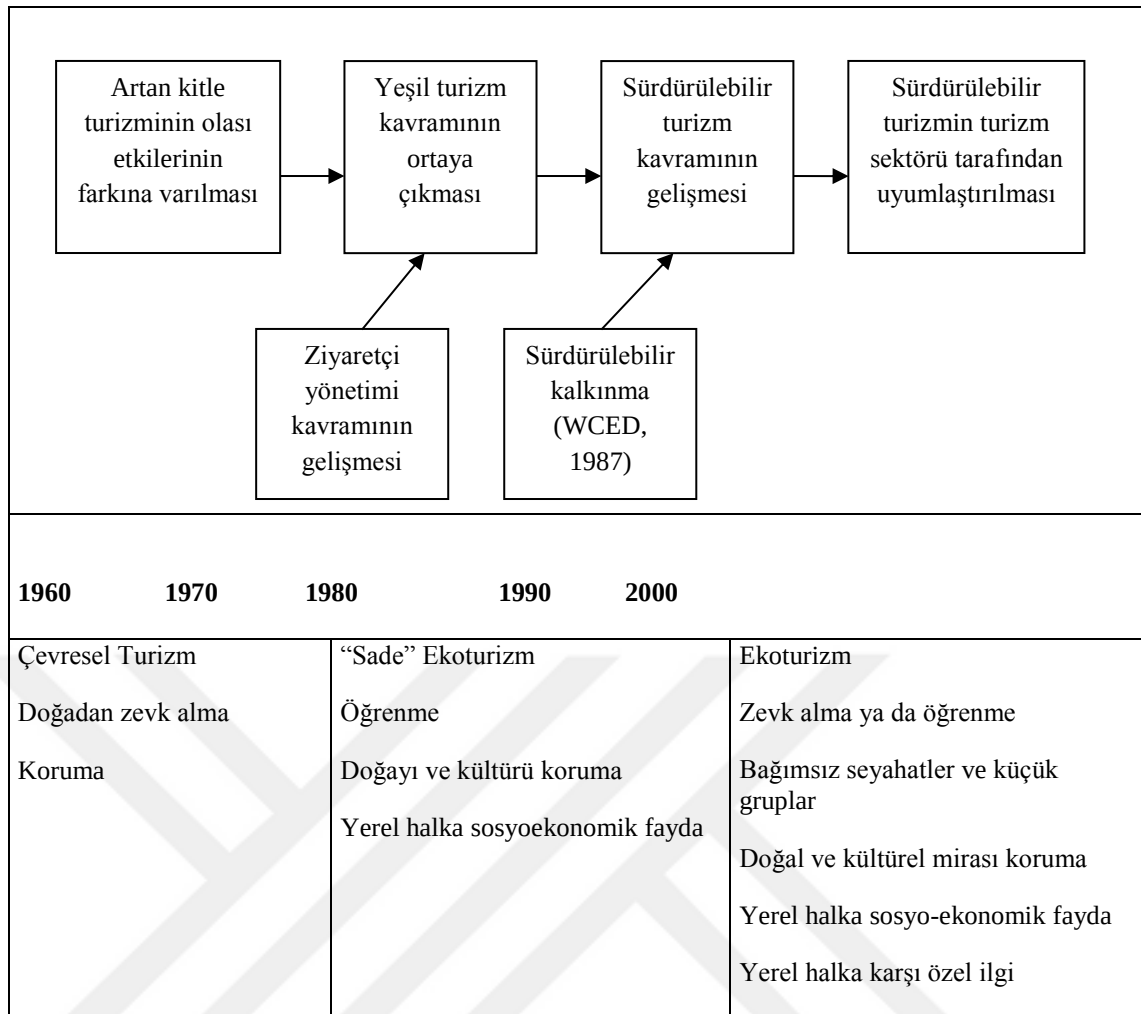
3.1. Ekoturizm Tanımı ve Önemi

Ekoturizm, yerli ve yabancı turistlerin doğa temelli olarak sürdürülebilirlik kavramı çerçevesinde gerçekleştirdiği faaliyetler bütünü olarak tanımlanmaktadır. Özellikle 1990' lı yılların başından sonra insanların eğitim düzeylerinin ve doğal yerleri keşfetme isteklerinin artması, ekoturizme olan talebinde artmasına sebep olmuştur (Üzümcü vd., 2017).

Ekoturizm alanında ulusal ve uluslararası birçok çalışma yapan dernek ve vakıflar kurulmuştur. Bu dernek ve vakıflara Uluslararası Ekoturizm Derneği (TIES The International Ecotourism Society) ve Doğal Hayatı Koruma Vakfı (WWF) örnek gösterilebilir. Ekoturizmin yapısına baktığımızda ise ekolojik alanların korunması, bu alanların geliştirilmesi ile gerek ekonomik olarak gerekse de sosyal gelişmişlik açısından sağladığı katkı göz ardı edilemeyecek kadar önemlidir (Kuter ve Ünal, 2009).

Ekoturizm kavramına ilişkin yapılan tanımlamalara baktığımızda ise ekoturizmin önemine vurgu yapan ve ilk olarak tanımlayan kişi Cabellos-Lascurain' dir. Cabellos-Lascurain tarafından "Ekoturizm bir yerdeki geçmiş ve şimdi var olan kültürel ifadeler kadar, doğayı, yaban hayatını ve doğal bitkisini inceleme, doğa hayranlığı, görünüşünden zevk alma gibi belli amaçlarla kısmen bozulmamış veya kirletilmemiş doğal alanlara yapılan seyahattir." ifadelerine yer verilmiştir. Yapılan tanıma baktığında bu faaliyetin kültürel olarak anlamlandırılmasının yanında doğa temelli argümanlar üzerinde çalışmalara konu olan ve ziyaretçiler için tatmin düzeyini artırıcı bir etkinlik olarak karışımıza çıktığı gözükmemektedir (Erdoğan ve Erdogan, 2005).

Ekoturizmin önemslenmesine ve yükselişine etki eden birden çok etmen olduğu ve birçok kavramında birbirleri ile ilişkili olduğu bilinmektedir. Şöyle ki; ekoturizm kapsamında yapılan faaliyetler doğal alanların korunmasını sağlamakla birlikte aynı zamanda ekonomik olarak da kalkınmaya destek olduğundan kalkınma ve korunma kavramlarının aslında birbiri ile bağlantılı olduğu ifade edilmektedir. Doğal alanların korunması aslında sürdürülebilirlik açısından da önemli bir noktadır. Şekil 5 incelendiğinde sürdürülebilir turizm ve ekoturizm kavramının kronolojik gelişim süreci aşağıda belirtildiği gibi ilerlemektedir (Jamal vd., 2006).



Şekil 5. Sürdürülebilir turizm ve ekoturizm kavramının kronolojik gelişimi (Jamal vd., 2006).

Ekoturizm, gelişmekte olan birçok ülke ekonomisi açısından önemli bir faaliyet alanıdır. Dolayısıyla ekoturizm alanlarının tespit edilmesi ve bu yönde çalışmalar yapılması, bölgesel kalkınmada ve refah düzeyinin artmasında etkisinin olacağı gibi, denge düzeyli bir ekonominin gelişmesi noktasında da katkı sunacağı belirtilmektedir. Ayrıca ekoturizme verilecek önem sayesinde yerli ve yabancı turist ziyaretçi sayılarında artış gerçekleşeceği ve bu artışın gelir potansiyelinin yükselmesine ve işletmelerin büyümesine doğrudan katkı sunacağı söylenebilmektedir (Tekin ve Kasalak, 2014).

Ekoturizm, ülke ekonomilerine yukarıda belirtilen katkılarının yanında ülkelerin dünyada tanınır bir konuma gelmesini ve iş gücü bakımından istihdamı artırıcı pozitif etkisi ile önemli bir faaliyet olarak karşımıza çıkmaktadır (Kızılaslan ve Tayfur, 2014).

Ekoturizm kavramı ve öneminden bahsederken ekoturizm kavramı içinde yer alan ve ekoturizm ile ilişkilendirilen birçok tanımlamaya yer verilmektedir. Bu tanımlamalara baktığımızda ekoturist ve sürdürülebilir ekoturizm gibi kavramlar

ekoturizm kavramı çerçevesinde şekillenerek hayatımızda yer edinmektedir (Tosun ve Şahin, 2006)

Ekoturist ve sürdürülebilir ekoturizm tanımlamalarına baktığımızda ise doğal gezi kapsamında faaliyetlerini gerçekleştirerek bulunduğu doğal ortamdan haz alma, doğal ortamı koruma gibi istek ve arzular ile ziyaret gerçekleştiren kişilere ekoturist, faaliyetin devamının sağlanması, insanlarca ziyaret gerçekleştirilip gerçekleştirilmediğine bakılmaksızın doğal ekolojik alanların korunması, tüm doğa ile iç içe olan sistemler bütünü devamlılığının sağlanması sürdürülebilir ekoturizm olarak adlandırılmaktadır (Kaypak, 2010). Yani bir turistin sadece doğal alanları keşfetmesi ekoturist kavramı çerçevesinde değerlendirilmesine olanak tanımamakla birlikte, turistlerin ekoturizm faaliyetlerini gerçekleştirirken koruma güdüsü ve keyif duygusunu bir arda yaşaması gerekmektedir. Tüm bu açıklamalar çerçevesinde ekoturistlerin sürdürülebilir ekoturizm açısından da önemli bir faaliyeti gerçekleştirdiği söylenebilir (Tosun ve Şahin, 2006).

3.2. Ekoturizmin Amaçlar ve İlkeleri

Geniş bir ekolojik alanın bir parçası olan ekoturizm, bütün turizm çeşitleri gibi doğanın denge ve yapısını bozacak müdahalelerden sakınılmasını temel amaç olarak benimsemiştir. Ekoturizm, doğal yapılarda meydana gelebilecek tahribatları önlemeye ve uzun dönemde ekonomik çıkarların gözetilmesini ön planda tutmaktadır. Ekoturizm, el değmemiş birçok doğal alanda kitlesel turizmin aksine bireysel ve kısıtlı gruplar halinde doğanın tanınmasına, yerel unsurları sezinlenerek keşfedilmesine olanak sağlamaktadır. Kontrollü gezi turları ile gerçekleştirilen bu keşifler sayesinde doğal alanlarda olabilecek tahribat ve çevresel bozulmaların önüne geçilmesinin yanı sıra kırsal ekonominin kalkınmasına fayda sunmaktadır (Kuter ve Unal, 2009).

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), ekoturizmin amaçlarını aşağıdaki gibi sıralamaktadır (Tetik, 2012; Kaypak, 2010; Kuter ve Unal, 2009; Kılıç Benzer, 2006).

- Turizmin doğal ve geleneksel çevreye verdiği tahribatın en alt düzeye indirilmesi,
- Turistlere ve yerel halka doğanın ve geleneksel sosyo-kültürel çevrenin korunmasına yönelik eğitim verilmesi,
- Turizmin yerel halkın ihtiyaçlarının karşılayan, yerel yönetim ve halkla işbirliği içinde gelişen sorumlu bir ticaret olarak özendirilmesinin sağlanması,
- Koruma kapsamındaki (doğal ve sosyo-kültürel) alanların yönetim için kaynak ayrılması,

- Turizmin negatif etkisinin en alt düzeye indirilmesi amacıyla sosyo-kültürel ve doğal çevreye yönelik uzun vadeli takip ve değerlendirme programlarının desteklenmesi,

- Turizmin yerel halkın geçimine katkıda bulunmasını sağlayacak şekilde geliştirilmesinin temini,

- Turizmin gelişiminin yörenin sosyal ve çevresel kapasitesini artıracak şekilde gelişmesinin temini,

- Çevreyle uyumlu, doğal ve geleneksel sosyo-kültürel yaşamla iç içe geçen, yöresel bitki örtüsünü ve yaban hayatını koruyan turizmin alt yapı yatırımlarının gerçekleştirilme olarak açıklanmaktadır.

Doğal, ekonomik ve sosyal çevrenin bir sonucu olarak ekoturizm, sürdürülebilir turizm ilkeleri ile aynı ilkeleri kabul etmektedir. Bu ilkeleri 2 ana başlık çerçevesinde “Doğal Çevrenin Sürdürülebilirliği”, “Yerel kültürlerin Sürdürülebilirliği” olarak tanımlamak mümkündür (Arslan, 2005). Wallace ve Pierce tarafından 1996 yılında yapılan bir çalışmada ise ekoturizm ilkeleri 6 ilke çerçevesinde incelenmiştir. Bu ilkeler Tablo 4’ te gösterilmiştir.

Tablo 4. Ekoturizm ilkeleri (Wallace, 1996).

İlke 1: Çevre ve yerel halk üzerinde an az olumsuz etkiyi yapacak bir kullanım tarzının belirlenmesi
Faktörler
• Grup Büyüklüğü
• Taşıma/ekipman şekli
• Atık bertarafı
• Mimari tarz/malzemeler
• Toprak, su, bitki örtüsü etkisi
• Ziyaretçilere verilen bilgiler
• Faaliyetlerin hassasiyeti
• Yerel halkın tutumları
İlke 2: Bir bölgenin doğal ve kültürel sistemlerinin farkındalığını veya anlayışını ve daha sonra onları etkileyen konulara katılımı artırılması
Faktörler:
• Topluluğa maruz kalma
• Ziyaretçilerin etkinliklerle ilgili algıları
• Rehber eğitim/yetenekler
• Katkıda bulunma fırsatları

Tablo 4. (Devamı)

İlke 3: Yasal olarak korunan alanların ve diğer doğal alanların korunmasına ve yönetimine katkıda bulunulması

Faktörler:

- Korunan alanlar hakkında bilgi
- Korunan alanlara geziler
- Orman evi mülkü için yönetim planlar

Tablo 4. (Devamı)

İlke 4: Gerçekleşmesi gereken turizmin türünü ve miktarını belirleyen karar sürecine yerel halkın erken ve uzun vadeli katılımını en üst düzeye çıkarılması

Faktörler:

- Yerel ekoturizm girişimlerinin/hizmetlerinin mülkiyeti
- Yerel komiteler/egitim programları
- Yerel ilişkilere atanan personel
- Turizme karşı yerel tutum

İlke 5: Ekonomik ve diğer faydaları, geleneksel uygulamaları (çiftçilik, balıkçılık, sosyal sistemler) ezmek veya değiştirmek yerine tamamlayan yerel halka yönlendirmek

Faktörler:

- Turizmin neden olduğu değişimlere ilişkin yerel algılar
- Yerel istihdam düzeyi
- Geleneksel faaliyetlerin devamı
- Yerel ürünlerin/değerin ve çeşitliliğin satın alınması
- Topluluğa sağlanan hizmetler
- Doğal kaynakların kullanımı

İlke 6: Yerel halk veya doğa turizmi çalışanları için de özel fırsatlar sunmak, doğal alanları kullanın ve diğer ziyaretçilerin görmeye geldiği harikalar hakkında daha fazla bilgi edinmek

Faktörler:

- Doğa turu etkinliklerine yerel katılım
- Alanın okullar/öğretmenler tarafından kullanımı
- Yerel halk için özel etkinlik günleri

3.3. Ekoturizm Etkinlikleri

Ekoturizm kapsamında birçok etkinlik gerçekleştirilmektedir. Bu etkinlikler kapsamı ve amacına göre sınıflandırmaktadır. Literatürde bazı araştırmacılar bu etkinlikleri 2 kategoride bazıları 3 bazıları ise 4 temel başlık altında toplayarak incelemektedir. Örnek verecek olursak; Valentine tarafından 1992 yılında yapılan bir çalışmada, ekoturizm faaliyetleri 3 temel sınıflandırma halinde doğaya bağlı faaliyetler, doğa tarafından geliştirilmiş faaliyetler ve doğanın tesadüfı olduğu faaliyetler olarak sınıflandırmıştır (Valentine, 1992).

Genel anlamda yapılan çalışmalarda ise ekoturizm; öğrenme, eğlenme ve dinlemeye dayalı olarak gerçekleştirilen aktiviteler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan Kuş Gözlemciliği, Botanik Turizmi, Yaban Hayatı Gözlemeleme öğrenmeye dayalı faaliyetler iken, Dağcılık, Balon Turizmi, Bisiklet Turizmi, Atlı Doğa Yürüyüşü

ve Yamaç Paraşütü eğlenmeye, Kamp/Karavan Turizmi ile Yayla Turizmi ise dinlemeye yönelik ekoturizm aktivitelerindendir (Tetik, 2012).

Yukarıda da belirtildiği gibi ekoturizm kapsamında gerçekleştirilen pek çok aktivite bulunmaktadır. Ekoturizm kapsamında yapılan bu aktivitelere kısaca değinecek olursak;

3.3.1. Botanik Turizmi

Bu turizm çeşidi bitki gözlemciliğine dayalı bir turizm çeşididir. Burada bitki gözlemciliğinden kasıt çeşitli bitkilerin bulunduğu ortamlarda gözlemlenmesidir (Sayılan, 2008). Belirli alan ya da bölgelerde yetişen endemik türleri keşfetmek amacıyla yapılan bir turizm olmasının yanında, birçok nedenden ötürü oluşturulan alanlarda yetiştirilmekte olan bitki bahçelerini de inceleyen bir ekoturizm çeşididir. Son yıllarda turizm sektöründe yaşanan talep odaklı değişimlerin, aslında bu gibi alternatif turizm çeşitlerinin de ülkelerde yaygınlaşmasına neden olmuştur. Ayrıca bu turizm en önemli özelliklerinde biri yatırım gerektirmeden belirli bir bölgedeki turizm faaliyetlerine ilave edilebilmesidir (Ray vd., 2019).

3.3.2. Kuş Gözlemciliği (Ornitoloji)

Ekoturizm faaliyeti kapsamında birçok kuş türünün yaşam alanlarında izlenmesi sonucunda oluşan faaliyetler bütünü olarak nitelendirilebilir. Yine alternatif turizm açısından önemli olan ve aslında özel ilgi turizmi ile de ilişkilendirilebilecek olan bu turizm türü konaklama işletmeleri, kuşyemi satan işletmeler, akaryakıt işletmeleri gibi sektörlere katkısı ile de ekonomik etkilerinden bahsetmek mümkündür (Çakıcı ve Harman, 2006).

Kuş gözlemciliği ile turistler, değişik türleri bazen çıplak gözle bazen ise dürbün vasıtası ile gözlemleyerek ve kuşların çıkardıkları sesleri dinleyerek bu faaliyeti gerçekleştirmektedirler (Sevindi, 2013). Kuş gözlemciliği her ne kadar amatör olarak başlasa da ilerleyen zaman dilimde doğayı koruma çerçevesinde bütünleşmektedir. Bu kapsamda kuş gözlemciliğinin yaygınlaşması beraberinde yok olmaya başlayan doğan alanlar ile kuş türlerinin korunmasına da olanak sağlamaktadır (Yavuz, 2011).

3.3.3. Doğa Fotoğrafçılığı

Turistler tarafından gezilen yerlerin veya tesislerin fotoğraflarının çekilmesi turizm destinasyonlarına birçok katkı sunduğu tartışılmaz bir gerçektir. Teknolojinin gelişmesi ile beraber insanlarda farklı alanları ziyaret ederek fotoğraf çekme arzusu

içesine girmektedir. İnsanlar çektikleri fotoğraf kareleri ile anı ölümsüzleştirmekle kalmamakta aynı zamanda da deneyimlemektedirler (Kement vd., 2019).

Doğa fotoğrafçılığı aslında isminde anlaşılaçağı üzere doğal ortamlarda gerçekleşen maddesel ortamın aktarılmasıdır. Burada genel olarak özne genellikle bitkilerin fotoğraflanmasıdır (Erken vd., 2019).

3.3.4. Yaban Hayatı Gözlemleme

Ekoturizm, nispeten el değmemiş doğal alanların, yaban hayatı ve bitki çeşitliliğinin gözlenmesi üzerine bir faaliyettir. Bu kapsamda faaliyet gerçekleştiren turistler, bir yandan doğal alanları gözlemlerken aynı zamanda doğada bulunan eşsiz veya korkutucu hayvan türlerini de gözlemlemektedir (Külekçi ve Bulut, 2012).

Doğal alanlarda gerçekleştirilen yaban hayatı gözlemleme faaliyeti, hayvanat bahçeleri gibi hayvanların bir arada olduğı alanları ziyaret şeklinde de gerçekleştirilen bir etkinlik olarak da karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca vahşi yaşam alanlarının gözlemlenmesi amacıyla yapılan turlar ve bunların neticesinde konaklama hizmetlerinde gerçekleşecek artışlar neticesinde ekonomik anlamda katkı sunan bir etkinlik olarak karşımıza çıkan yaban hayatını gözlemleme faaliyeti, aynı zamanda da doğal alanların korunmasına yardımcı olmakta ve ender bulunan canlılarında neslinin tükenmemesini sağlamaktadır (Yılmaz, 2008).

3.4. Tarım/Çiftlik Turizmi

Agro turizm olarak da nitelendirilen bu turizm çeşidi, ziyaretçilerin çiftçilik uygulaması yapılan alanlarda vakitlerini geçirerek, çiftçiliğe dair uygulamaları keşfetme kapsamında gerçekleştirilmektedir. Bu alternatif turizm çeşidi kırsal alanların kalkınmasına, ürünlerin piyasaya sunulmasına ve halkın refah düzeyinin artmasına sağladığı katkı bakımından önemli bir turizm çeşididir (Civelek vd., 2014).

Burada ziyaretçiler genel olarak bahçe ve bağ gibi tarımsal üretim alanlarını ziyaret ederek ve günlük yapılan çiftçilik faaliyetlerine katılarak, bu alanlarda geceleme ve alanla ilgili eğitimler almak suretiyle turizm faaliyetlerini gerçekleştirirler (Türkben vd., 2012).

Bu turizm çeşidinde de diğ er turizm çeşitlerinde olduğı gibi kaynakların ve çevrenin korunması ve kırsal alanlardaki yerel halkında ekonomik olarak desteklenmesine yardımcı olduğı ifade edilmektedir (Civelek ve Karadağ, 2020).

3.4.1. Jeoturizm/Mağara Turizmi

Turistlerin ilgi alanlarındaki değişiklikler her geçen gün farklı turizm çeşitlerinin de ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu turizm çeşitlerinde biride mağara turizmidir. Bu turizm çeşidi, kimi yerlerde mağaralarda oluşan boşlukların, kimi yerlerde ise mağaralarda yer altı suları tarafından oluşturulan şekillerin izlenebilmesi amacıyla gerçekleştirilen faaliyetleri kapsamaktadır. Aynı zamanda mağaraların çeşitli özelliklerine göre mağara turizm etkinlikleri de değişebilmektedir. Kimi turistler sağlık kapsamında mağaraları ziyaret ederken bazı turistler macera turizmi kapsamında heyecan duymak adına mağaralarda geceleme gibi faaliyetler yaparak mağara turizmini gerçekleştirirler (Yozcu, 2020).

Mağara turizmi sayesinde, mağara içlerinde gerçekleşen oluşumları, damlama ve akma sonucunda oluşan görsellikleri keşfetmenin turistlere ayrı bir heyecan vermesinin yanında, bu mağara içlerinde oluşturulan ışıklandırma ve yürüyüş yolları da bu oluşumlara zarar verdiği söylenmektedir. Bu sebeple uygun malzemelerin kullanılması mağara turizminin de devam edebilmesi açısından büyük önem arz etmektedir (Yeşil vd., 2008).

3.4.2. Dağcılık Turizm

Özellikle sportif faaliyetler kapsamında gerçekleştirilen bu turizm çeşidi insanlarda yarattığı heyecan ve dinlenme etkisi ile karşımıza çıkmaktadır. Yaşam tarzı olarak da algılanabilen bu etkinlik, bireylerin bulundukları destinasyonlarda yapılabildiği gibi uzak yerlerdeki destinasyonlara yapılabilmektedir. Etkinlik, ziyaretler kapsamında günlük yürüyüş, dağda konaklama, kaya tırmanışları gibi aktiviteleri kapsamaktadır (Emekli, 2015).

1990'lı yıllarda Türkiye' de gelişmeye başlayan dağcılık, gelir kapısı haline gelmiş ve dağcılık kulüpleri, dağcılık acentaları gibi çok sayıda turizm şirket ve derneklerinin kurulmasına sebep olmuştur. Genel olarak bakıldığında ise Dağcılık Turizmi, hızla gelişmekte olan bir yapıya sahip olduğu ve kırsal alanların gelişmesi yönünde sunmuş olduğu imkânlar açısından önemli bir turizm çeşididir. Ayrıca dağlık kesimlerde hayatını sürdüren yerli halk için bu faaliyetler ek gelir kapısı haline gelmiştir. Bununla birlikte bu turizm faaliyetlerini gerçekleştiren dağcılar, çevreye duyarlı olduğu gibi doğayı seven bireyler olduğu görülmektedir (Somuncu, 2004).

3.4.3. Balon Turizmi

Bu turizm çeşidinde yerli ve yabancı turistlerin bir bölge ya da yerleşim yerini havadan görme olanağı elde ederek deneyimlediği macera turizmi kapsamında değerlendirebilecek bir turizm çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır. Balon turizmi heyecan verici bir faaliyet olmasının yanında riskli ve endişe duyulabilen bir etkinliktir (Can ve Can, 2019).

Yapılan çalışmalara baktığımızda bu turizm çeşidi Türkiye’de Kapadokya kırsalında gerçekleştirilmektedir. Yöresel olarak turizme sunduğu katkının yanında ülke ekonomisi ve kırsal ekonomiye sağladığı yarar sayesinde çok önemli bir turizm faaliyetidir (Öztürk vd., 2019).

Genel olarak turizm etkinlikleri birçok ilde yapılabilmesine rağmen balon turizmi Türkiye’de özellikle Kapadokya bölgesinde yapılması ile de bölgede farklı bir ekonomik değer yaratmaktadır. Balon turları sayesinde kilise, kanyon gibi birçok yapıyı yukarıdan izleme imkânı bulan yerli ve yabancı turistler sıra dışı ve tarif edilemez bir duygu yaşamaktadır. Turistlerin hafızasında bu denli özel anılar bırakan bu etkinliğin yaşattığı heyecanın, deneyim sahiplerince tanıtılması, destinasyona olan ilginin artmasına, buda yükselen bir ekonomik değer oluşmasına sebep olduğu ifade edilmektedir (Özen, 2019).

3.4.4. Yamaç Paraşütü Turizmi

Doğa temelli bir turizm çeşidi olarak karşımıza çıkan bu etkinlik, Türkiye’ de birçok destinasyonda gerçekleştirilmektedir. Bu destinasyonların başında özellikle Muğla ili Fethiye bölgesindeki ölü deniz gelmektedir (Dağdeviren vd., 2020).

Çok hafif bir hava aracı olan yamaç paraşütü, turistlerde kuşlar gibi uçuş heyecanı uyandırmasının yanında doğal alanların havadan izlenebilmesi olanağını da sağlamaktadır. Ayrıca yamaç paraşütü sayesinde insanlar kentsel alanlardan uzaklaşmak ve doğa ile bütünleşme çabası içerisine girmekte ve stresten, monoton bir yaşam tarzından kurtulmak amacıyla bu tip deneyimleri yaşamak istemektedirler. Fakat bu turizm faaliyeti gerçekleştirilirken uygun hava koşullarında gerçekleştirilmesi gerekmektedir (Şahin, 2009). Bu tip faaliyetler tehlike arz etse bile burada insanlar aslından havada olmanın özgürlük hissi yarattığı, gökyüzünden etrafı seyretmenin mükemmel bir haz duygusu sağladığını söylemektedirler (Esen ve Kılıç, 2020).

3.4.5. Akarsu Turizmi (Kanoculuk ve Rafting)

Türkiye, coğrafi alan itibari ile birçok bölgede zengin akarsu kaynaklarına sahiptir. Bu akarsular yapı bakımından kano, rafting gibi bir çok sportif faaliyetler gerçekleştirilmesi yönünden akarsu turizminin oluşmasına katkı sunmaktadır. Doğa ortamında gerçekleştirilen bu faaliyetler bütünü için bakıldığında çok büyük yatırımlar gerektirmemesi yönü ile de cazip bir turizm çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır (Çelik, 2018).

Türkiye’de Artvin ili başta olmak üzere Rize, Bayburt gibi pek çok ilimizde coğrafi şartlar gereğince rafting sporu yaygın olarak yapılmaktadır. Ayrıca özellikle Antalya ilimize ziyaret gerçekleştiren turistler havanın sıcak oluşundan ötürü ve doğa ile iç içe serin bir deneyim yaşayabilmek adına akarsu turizmine önem vermekte ve katılım sağlamaktadırlar (Uğurlu, 2005).

3.4.6. Bisiklet Turizmi

Her geçen gün önemi gittikçe artan bu turizm çeşidi çevreye duyarlı, insanların boş zamanlarını değerlendirebileceği bir etkinlik olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanlar ilk çıktığı zamanlarda bisikleti ulaşım amacıyla kullansa da, spor ve doğal aktivitelerde yaşanan artış sonucunda bisiklet, ulaşım aracı profilinden uzaklaşarak bir turizm aktivitesi haline gelmiştir (Uğuz vd., 2018).

Bisiklet turizmi kapsamında etkinliklere baktığımızda ise tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de festivaller düzenlenmektedir. Düzenlenen bu festivallerin ekonomik katkılarının yanında çevresel ölçüde katkılar sunan bir etkinlik turizmidir. Bu tarz turizm etkinlikleri genellikle acenteler tarafından düzenlenen kısa süreli etkinliklerdir. Bu etkinlikler konaklama suretiyle yapılabildiği gibi günü birlik olarak gerçekleştirilmektedir (Türkmen vd., 2021).

3.4.7. Sualtı Dalış (Scuba Diving) Turizmi

Bulunduğumuz coğrafya açısından bakıldığında üç tarafımızın denizlerle çevrili olması bu alternatif turizm çeşidinin de doğal olarak gelişmesine zemin hazırlamıştır. Turistlerin denizin derinliklerindeki bitki ve hayvan çeşitliliğine keşfetme ve tanıma duygusu içinde gerçekleştirdikleri bu turizm çeşidi, her geçen gün alternatif turizm çeşitleri arasında yerini alarak önem kazanmaktadır (Dağlıoğlu ve Sürme, 2019).

Literatürde değişik tanımlamalar yer alsa da su altı dalış turizmi; “Su altı dünyasının flora, fauna ve arkeolojik kültür varlıklarını görmek, fotoğraflamak, filme almak ve sportif balık avlama amaçlı olarak gerçekleştirilen tanıtım, sportif ve eğitim

amaçlı dalışlar ile kıyıda verilen konaklama ve ağırlama hizmetleri içine alan bir turizm çeşididir” şeklinde tanımlanmıştır (Yaşar, 2011).

Dünyada Maldiv Adaları ve Kızıldeniz’deki flora ve fauna zenginliğinin fazla olması sebebiyle bu alanlarda su altı turizminin ileri derecede geliştiği bilinmektedir. Yapılan araştırmalar su altı dalış sporları için Türkiye’ nin batı ile güney kıyılarının daha elverişli olduğu ve bu bölgelerde birçok alanda dalış noktalarının bulunduğu ifade edilmektedir. Türkiye’de ise bu dalış sporlarının gerçekleştirildiği en önemli yer Antalya ilinin Kaş ilçesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Dinç, 2021).

3.4.8. Atlı Doğa Yürüyüşü turizmi

Yerli turistlerin eğlence, yabancı turistlerin ise çeşitli biniş şekillerini öğrenmek amacıyla gerçekleştirdikleri bu faaliyet, insanların doğa ile bütünleşme çabalarının bir sonucu olarak da karşımıza çıkmaktadır (Belber ve Erdoğan, 2019).

Atlı doğa yürüyüşleri doğal yerlere günübirlik ve birkaç gün sürecek programlar kapsamında yapılmaktadır. Bu kapsamda yapılan ziyaretler ile turistler kültürel çevreyi tanımlarının yanı sıra yöre geleneklerini de tanıma fırsatı yakalamaktadır (Tetik, 2012).

Genel olarak Türkiye’de özellikle Kapadokya bölgesinde yaygın olarak gerçekleştirilen bu alternatif turizm çeşidi sürdürülebilir ekoturizm kapsamı içerisinde yer almaktadır. Kapadokya’dan başka Artvin ve Gümüşhane illerinde de bu faaliyetler yürütülmektedir (Kaya ve Yıldırım, 2020).

3.4.9. Sportif Olta Balıkçılığı Turizmi

Birçok kişi tarafından tatilleri süresinde gerçekleştirilebilen bu turizm faaliyeti acenteler ve tekne sahiplerince desteklenerek avlanma turları kapsamında gerçekleştirilmektedir. Bu turizm çeşidi ekoturizm kapsamı alanı içerisinde değerlendirilse de, deniz turizmi ve av turizmi gibi birçok turizm etkinliği kapsamı içerisinde de değerlendirilmektedir. Sportif olta balıkçılığı için lüks konaklama ve yemek hizmeti veren tesisler gerekmediğinden gelişmemiş kıyı bölgelerde mikro ölçekli gerçekleştirilen bu faaliyetlerin turizme katkısı çok büyüktür (Bezirgan, 2019).

Sportif olta balıkçılığını parasal olarak kazanç getirici bir faaliyet kapsamında yapılmayan ve doğaya uygun olarak nehir ve göllerde olta ile gerçekleştirilen bir etkinlik olarak da tanımlanmaktadır. Türkiye’de sportif balıkçılığın gelişebilmesi adına özellikle “yakala ve bırak” tekniği çerçevesinde hareket edilmesi, bu ekoturizm çeşidinin geliştirilmesine katkı sunacağı açıktır. Aynı zamanda göller ve nehirlerdeki balık popülasyonunun korunabilmesi açısından çok önemli bir turizm çeşidi olan sportif

olta balıkçılığında genellikle somon, alabalık ve sazan gibi türlerin yakalanarak tekrar doğal ortamına bırakılması kapsamında zevk amacıyla yapıldığı ifade edilmektedir (Dinçer vd., 2017).

3.4.10. Trekking ve Hiking (Doğa/Dağ Yürüyüşü) Turizmi

Ekoturizm kapsamında değerlendirilen bu turizm çeşidi doğa ile bütünleşmek ve doğal alanları keşfetmek isteyen değişik yaş grupları tarafından uzun süreli ve günübirlik olarak gerçekleştirilen faaliyetlerdir. Trekking yorucu ve uzun süreli gerçekleştirilen yürüyüşler anlamına gelirken, Hiking kavramı daha çok günü birlik olarak gerçekleştirilen geziler anlamına gelmektedir (Tekin, 2017).

Literatürde bu turizm çeşidi macera ve spor turizmi olarak da değerlendirilmektedir. Bu turizm çeşidinin bu kavramlar ile ilişkilendirilmesinin temel sebebi özlerinde macera ve spor aktivitesi barındırmasıdır. Türkiye’de bu doğa ve dağ yürüyüşlerini gerçekleştirebilecek birçok alan bulunmaktadır. Bu alanlara örnek verecek olursak; Ağrı ilinde bulunan Ağrı Dağı’ na tırmanış ile Antalya’da bulunan Likya yolu bu turizm faaliyetinin gerçekleştirilebildiği alanlar olarak gösterilebilmektedir (Çetinkaya, 2014).

3.4.11. Av Turizmi

Bu turizm çeşidi ekoturizm kapsamında değerlendirilmekle birlikte ava meraklı olan kitlelerin avlanma üzerine düzenlenen programlar kapsamında gerçekleştirdiği faaliyetler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu faaliyetler belirli denetim mekanizmaları çerçevesinde yerli ve yabancı turistlerin tüketimine sunulmaktadır. Türkiye’de av turizm kapsamında yaban domuzu avı ile bu etkinlikler, 1977 yılında uygulanmaya başlanmıştır. Etkinlikler, devletin koymuş olduğu kıstaslar çerçevesinde belirlenen alanlarda gerçekleştirilmektedir (Şafak, 2003).

Av turizmi kapsamında gerçekleştirilen bu etkinlikler, bir diğer yönü ülke ekonomilerine yapmış olduğu pozitif katkılar yadsınamaz seviyelerdedir. Bu faaliyetler bütünü insanlar için turizm sektöründe rehber vb. hizmetleri ile istihdam olanağı sağlamanın yanında, konaklama sektörü ve avla ilgilenen işletmelerin kalkınmasını desteklemesi açısından önem arz ettiği söylenmektedir (Osman, 2020).

Doğal ortamların korunması temeline dayalı olarak gerçekleştirilen bu turizm çeşidinden elde edilen gelirler yaban hayatı popülasyonunun korunması amacıyla faaliyet gerçekleştirilen kırsal alanlara aktararak destinasyonlar desteklenmektedir (Ulusoy, 2015).

3.4.12. Kamp/Karavan Turizmi

Doğa temelli bir ekoturizm faaliyeti olan bu turizm çeşidinde insanlar bireysel ya da aileleri ile doğal kamp alanlarında kam araçları ve çadırları ile gerçekleştirdikleri bir etkinlik olarak karşımıza çıkmaktadır. Doğa ile bütünleşmek isteyen kalabalık kent psikolojisini üzerinden atmak isten bireyler kamp ve karavan turizmine yönelmektedirler. Ayrıca fiyat ve beklenti açısından düşünüldüğünde maliyeti az tatmin düzeyi yüksek bir turizm çeşididir (Şengel vd., 2020).

Kamp/Karavan turizmi, göl ve dağ çevreleri gibi konaklama imkânlarının karşılanabileceği alanlara kurulan çadır ve karavan gibi araç ve gereçler kullanılarak gerçekleştirilmektedir. Her yaşa hitap edebilen bu turizm etkinliği insanlarda kişisel motivasyonu yükselttiği gibi yeni yüzler ve yeni yerler keşfetme olanağı da sağlamaktadır (Gültekin ve Gültekin, 2012).

Bu turizm faaliyetini gerçekleştiren bireyler temel olarak ihtiyaçları karşılayabileceği alanlarda etkinliklerini gerçekleştirmekte ve karavan vasıtası ile belli bir alan ya da bölgeye bağlı kalmadan hareket edebilme avantajına sahip olabilmektedir. Bu yönü ile de bu turizm çeşidi doğal alan ve güzelliklerin keşfedilmesine olanak sağladığı söylenmektedir (Bektöre vd., 2018).

3.4.13. Yayla Turizmi

Türkiye'nin coğrafi şartları gereği birçok alanda gerçekleştirilebilen bu turizm faaliyeti genellikle yaz aylarında ortalama yükseklik seviyesi az olan dağlık bölgelerde gerçekleştirilmektedir. İnsanların doğal ortamlara duyduğu arzunun bir neticesi olarak şekillenen bu turizm çeşidi, insanlara sunmuş olduğu sessiz ve eşsiz bir ortamın sonucunda her geçen gün cazip hale gelmektedir (Doğanay, 2011).

Yayla turizmi insanların doğal ortamları keşfetmesine, yeni kültürler ile tanışması ve temiz bir hava ile buluşmasına imkân tanımakla birlikte, sessiz bir ortamın verdiği huzuru da tatmasını sağlayarak motivasyonu arttırdığı ifade edilmektedir. Tüm ekoturizm çeşitlerinde olduğu gibi yayla turizminde de doğal ortamların bozulmamasına dikkat edilmeli ve faaliyetler bu çerçevede gerçekleştirilmelidir (Sekban vd., 2016).

Genel olarak bakıldığında Türkiye'de bu turizm çeşidinin çok gelişmemesinin sebepleri arasında mevcut alanlardaki işletmeleri az oluşu, tanıtım faaliyetlerini destekleyici çalışmaların yetersiz oluşu gösterilebilir (Kızılırmak, 1995). Yayla turizminin geliştirilebilmesi için mevcut doğal yapıyı bozmadan geleneksel doğal işletmeler açmak, diğer yaylalar arasında geçişlerin düzenlemek ve organizasyonlar

kapsamında dağcılık, mağara ve rafting turizmleri gibi etkinlikler ile desteklenmesi bu turizm türünün gelişmesi açısından büyük önem arz etmektedir (Şenkaya vd., 2012).

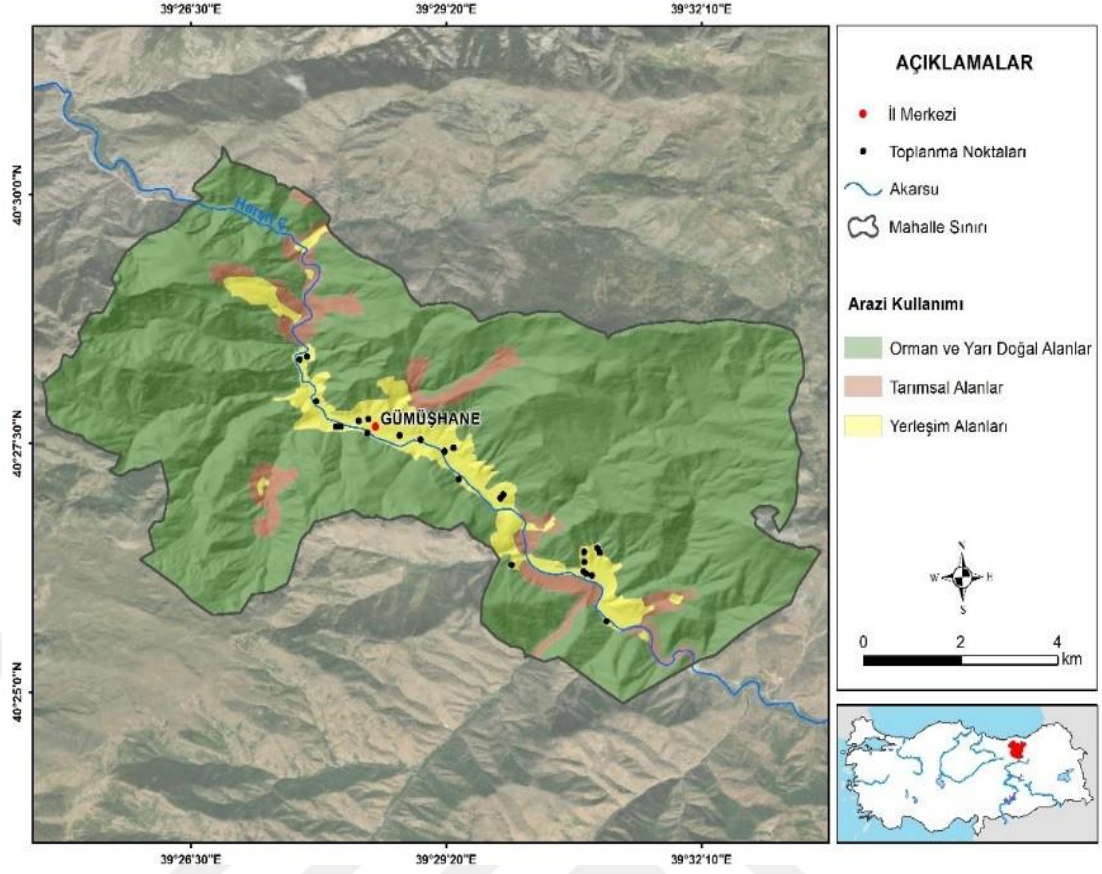
3.5. Gümüşhane İli Ekoturizm Potansiyeli ve Etkinlikleri

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de turizmin geliştirilebilmesi için alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Değişen ve gelişen toplumlar artık deniz-kum-güneş turizmine olan ilgilinin yanında alternatif turizm etkinliklerini de merak etmekte ve bu etkinlik deneyimini yaşamak istemektedirler. Dolayısıyla yerli ya da yabancı turistler için bu farklı deneyimleme arzusu her geçen gün artmakta, ülkeler ise bu duruma kayıtsız kalamayarak alternatif turizm çeşitlerini daha yaygın hale nasıl getirilebileceği konusunda çalışmalar yapmaktadırlar. Bu kapsamda tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de birçok ilde farklı alternatif turizm çeşitlerinin gerçekleştirilmektedir. Bunlar arasında önemli bir turizm etkinliği olan ekoturizm aktiviteleri yer almaktadır. Doğal ortamları keşfetmek, doğayı korumak ve doğadaki heyecanı yaşamak isten turistler bu turizm etkinliklerine katılım sağlamak istemektedirler (Ödemiş ve Hassan, 2019).

Ekoturizm, temelinde doğayı korumak ve kırsal alanların ekonomik olarak desteklenmesi yer almakta olup, Türkiye’ ye bakıldığında kırsal alanların bu turizm faaliyetleri ile desteklenmesinin ayrı bir önem arz ettiği görülmektedir (Kahyaoğlu, 2019).

Türkiye’de ekoturizm faaliyetlerinin gerçekleştirilebileceği birçok il bulunmaktadır. Özellikler coğrafi yapısı gereği Karadeniz Bölgesi’ nin doğusu bu etkinliklere ev sahipliği yapabilecek doğal şartlara sahip olduğu söylenebilmektedir. Trabzon, Rize Artvin, Giresun, Ordu ve Gümüşhane gibi pek çok bölge bu kapsamda değerlendirilebilecek coğrafi şartlara sahiptir (Kaya ve Yıldırım, 2020).

Yukarıda sayılan illerden özellikle araştırma alanı olarak seçilen Gümüşhane ili, kültürel bağlamda benzersiz bir doğal güzelliklere sahiptir. Kale, mağara, doğal göller ile birçok tabiat ve bitki çeşitliği bu benzersiz doğa güzelliklerinin sadece bir kısmını oluşturmaktadır. Özellikle bu gibi doğal alanların yabancılar tarafından ziyaret edilmesi Gümüşhane bölgesinin kalkınmasına katkı sağlayacağı gibi ülkeye giren döviz potansiyeli açısından da ekonomiye önemli etkileri olacağı ifade edilmektedir (Zeybek ve Çalık, 2019).



Şekil 6. Gümüşhane ili arazi yapısı (Şirin ve Fatih, 2020).

Gümüşhane, Şekil 6'da gösterildiği gibi coğrafi alan bakımından 66 km'lik geniş doğal alanlara sahip Harşit Çay' ı etrafında şekillenen bir coğrafya olarak karşımıza çıkmaktadır (Şirin ve Fatih, 2020).

Arazi yapısına bakıldığından orman ve yarı doğal alanların bölgede büyük bir alanı temsil ettiği anlaşılmaktadır. Bu sebeple de desteklenecek ekoturizm faaliyetlerinin Gümüşhane il ekonomisine katkısının önemli olacağı söylenebilmektedir. Çalışma kapsamında Şekil 7'de belirtilen Gümüşhane bölgesinin turizm haritasını incelemenin Gümüşhane il turizmini nasıl şekillendiği hakkında bize bilgi vermektedir.

Çeşitli festivaller ile özellikle yayla turizminin aktif olarak gerçekleştirildiği bu bölgede mağara, av, doğa ve dağ yürüyüşü, olta balıkçılığı, kamp ve karavan, fauna gözlemciliği ve fotoğraf turizmi gibi bir çok ekoturizm faaliyeti gerçekleştirilmektedir (Kahyaoğlu, 2019).

Ekoturizm aktiviteleri bakımından Gümüşhane iline baktığımızda, birçok turizm çeşidine rastlasak da bölgede özellikle kelebek çeşitliliği bakımından zengin bir bölge olduğu, Türkiye'de birinci sıralarda yer aldığı ve 213 çeşit tür kelebek cinsi barındırdığı yapılan gözlemler sonucunda ortaya çıkmıştır. Burada kelebek çeşitliliğin yoğun olduğu bölge özellikle Artabel Gölü ve çevresidir. Gümüşhane ili sınırları içerisinde yer alan

Doğa yürüyüşü açısından bu bölgeler, önemli bir alan teşkil etmekle birlikte diğer ekoturizm aktiviteleri açısından bakıldığında Zigana Dağı kayak merkezi kış turizmine, Karaca Mağarası ile mağara turizmine, yaban keçisi ve yaban domuzları açısından zengin oluşu sayesinde av turizmine, Torul ve Kürtün barajlarının varlığı ile sportif olta balıkçılığına, Harşit Çayı ve Kelkit Çayı ile rafting turizmine ev sahipliği yapmaktadırlar (Kahyaoğlu, 2019).

Botanik turizmi açısından da zengin bir florayı içinde barındıran Gümüşhane ili, yamaç paraşütü turizmi yapan turistlerinde uğrak yeri olabilmektedir. Yamaç paraşütü yapılan alanlar olarak Taşköprü, Kadırga ve Kazıkbeli yayları örnek verilebilir. Özellikle Şiran ilçesinde bulunan Tomara Şelalesi fotoğraf turizmi gerçekleştiren insanların uğrak yerlerinden biri olduğu ifade edilmektedir (Kaya ve Yıldırım, 2020).

Bu bölgede, ekoturizm alanlarından bahsederken koruma altına alınan ve her yıl yerli ve yabancı birçok turist tarafından ziyaret eden doğal güzellikleri ile ünlü pek çok tabiat parkı bulunmaktadır. Arabel Gölü, Limni Gölü, Tomara Şelalesi, Çağlayandibi Şelalesi, Örümcek Ormanı ve Gümüşhane Karşıyaka bu doğal güzelliklere örnek gösterilebilir (bknkz. Ek-3). Sürdürülebilir ekoturizm açısından bakıldığında ise bu bölgelerin korunmasının oldukça önemli olduğu ifade edilmektedir (Çalık ve Barış, 2019).

Gümüşhane merkez ve ilçelerinde bulunan eşsiz doğal alanlara ek olarak, 2018 yılında yapımı tamamlanarak ziyaretçilere açılan Torul ilçesinde bulunan Torul Kalesi Seyir Terası da yıl içerisinde pek çok kişiyi ağırlayarak il ve ilçeye önemli katkılar sunmaktadır. Satala Antik Kenti, Krom Şehri, Santa Harabeleri ve Süleymaniye Mahallesi gibi yerler, tarihi yerleşim yerleri arasında değerlendirilirken, Canca, Kov (Esenyurt), Keçikale, Kalecik Kalesi, Torul Kalesi, Süme Kalesi ve Kürtün Kalesi (bknkz. Ek-3) bu bölgenin tarihi güzelliklerini yansıtan yapılardır (Ekşioğlu ve Zeybek, 2018).

4. EKOTURİZMDE HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜMÜ: GÜMÜŞHANE ÖRNEĞİ

Bu bölümde araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın sınırlılıkları, araştırmanın metodolojisi ve modeli, verilerin toplama ve analiz yöntemleri ile hipotezlere ilişkin bilgiler yer almaktadır.

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Birçok sektörde olduğu gibi hizmet sektörü de gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından önemli gelir getirici faaliyetler arasında yer almaktadır. Bu sektörde aktif rol alan kurum ve kuruluşlar, çeşitli amaçlarla hizmetin daha sağlıklı ve verimli yürütülebilmesi açısından müşteri memnuniyetini artırmaya çalışmaktadır. Müşteri memnuniyetini en üst düzeye çekmek ve hizmet sunumuna ait kaliteyi artırmak amacıyla yapılan bu çalışmaların, konaklama, yiyecek ve ulaşım gibi birçok sektör de gerçekleştirildiği ve hizmetin gerçekleştirildiği sektöre has belirli kriterler belirlenerek hizmet kalitesi değerlendirilmektedir (Akbaba ve Kiliç, 2001).

Yukarıda da belirtildiği üzere kaliteli hizmetin odak noktasını oluşturan müşteri memnuniyeti hizmet sunumunu gerçekleştirenler tarafından ne kadar doğru bir şekilde ortaya konulabilirse, hizmetin kalitesinden bahsetmekte o derece mümkün olabilmektedir. Dolayısıyla yiyecek, ulaşım ve konaklama gibi sektörlerin faaliyet alanları kapsamında müşterilere sunmuş oldukları hizmetlerin, hizmet sunumunu gerçekleştirenlerce ilgili destinasyonları kapsayacak şekilde belirli kriterler belirlenerek değerlendirmesi, kaliteli bir hizmetin oluşması açısından büyük önem arz etmektedir (Kekeç, 2008).

Bu çalışmada, ekoturizm işletmelerinin sundukları hizmet kalitesini belirleyebilmek amacıyla, ekoturizm alanında faaliyet gösteren işletmeleri ziyaret eden turistlerin, ziyaretleri sonucu elde ettikleri deneyimleri doğrultusunda algılanan hizmet kalitesinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu sebeple müşteri profilinin belirlenmesi ve müşterinin beklenti ile algıları arasında gerçekleşen durumsal değişkenlikler göz önünde bulundurularak, müşterilerin ekoturizm işletmelerinden almış oldukları hizmet kalitesi algısının tespiti araştırmanın temelini oluşturmaktadır.

Türkiye turizmi için birçok olumlu katkısı bulunan ve sürdürülebilir turizm faaliyetleri için önemli bir alan teşkil eden ekoturizm faaliyetleri, bu alanda yapılan bilimsel araştırmalarla desteklenmelidir. Bu düşünceyle bu araştırma, ekoturizm

faaliyetlerinde hem çekim merkezi hem ziyaretçiler için daha kaliteli ve sürdürülebilir uygulamalara odaklanmıştır. Bu sebeple araştırmanın temel amacı doğrultusunda ortaya çıkacağı düşünülen bulguların ekoturizm temelinde Türkiye turizmine önemli katkılar sunacağı düşünülmektedir.

4.2. Araştırmanın Literatüre Katkısı

Bu alanda yapılan çalışmalara bakıldığında, Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK), Tez Merkezi veri tabanında sınırlı sayıda hizmet kalitesi ölçüm modellerini inceleyen çalışmalara yer verildiği, çalışmaların daha çok hizmet kalitesi ölçüm modellerinden SERVQUAL ve SERVPERF üzerinde yoğunlaştığı görülmüştür. Ayrıca ECOSERV hizmet kalitesi ölçüm modeli başlığı altında doğrudan bir ölçüm modeli kullanılarak yapılan bir tez çalışmasına da rastlanamadığı gibi literatür tarandığında konuyla ilgili yapılan araştırmaların büyük bir çoğunluğunun yabancı araştırmacılar tarafından yapılan ve yabancı dilde yayınlanan araştırmalar olduğu görülmektedir.

ECOSERV hizmet kalitesi ölçüm modelinin özelinde yapılan araştırmalar incelendiğinde, konu ile ilgili öncü bir çalışma olarak kabul edilen Maryam M. Khan tarafından yazılan “ECOSERV: An examination of service quality expectations of the ecotourists” adlı kitap çalışması karşımıza çıkmaktadır. Ekoturistlerin hizmet kalitesi beklentilerinin incelenmesi konulu kitapta ekoturizm amacıyla ziyaret gerçekleştiren turistlerin beklenti düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır (Khan, 1996).

Khan (2003) tarafından yapılan bir diğer çalışmada, ekoturizm faaliyetini gerçekleştiren turistlerin bozulmamış doğal alanlar ile yapılara olan ilgisinin daha fazla olduğunu ve müşterilerin “Eko-Fiziksel” özellikler boyutuna diğer boyutlardan daha fazla önem verildiği ifade edilmiştir.

Khan ve Su (2003) tarafından Güneybatı Kore’nin Jeju adasında ECOSERV ölçeği kullanılarak yapılan bir araştırmada, Jeju adasını ziyaret eden turistlerin hizmet kalitesi beklentilerinin orta düzeyde olduğu ve özellikle bilgilendirici hizmetlere daha fazla önem verdikleri sonucuna varılmıştır. Ayrıca hizmet kalitesi boyutlar açısından “Güvence” boyutu diğer boyutlara nazaran daha ön plana çıktığı ifade edilmektedir.

Lee ve Roh (2004) tarafından Güney Kore’de yapılan bir diğer çalışmada, ekoturistlerin tutum, davranış ve motivasyonlarının çevresel ve seyahat süreçlerinin hizmet kalitesi ve performans açısından değerlendirilmesi yapılmıştır. Araştırma sonucunda beklenen kalite ile memnuniyet arasında bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

Said vd. (2009) tarafından Malezya’da Niah Ulusal Parkına ziyaretçilerine yapılan bir çalışmada, eko-turistlerin beklenti ile algıları arasındaki performansı

ECOSERV hizmet kalitesi ölçüm modeline göre değerlendirilmiş ve tüm boyutlarda olumsuz sonuçlar ile karşılaşmıştır. Ayrıca boyutlar açısından bakıldığında olumsuzluğun karşılaştığı en önemli boyutun “Eko-Fiziksel Özellikler” boyutu olduğu söylenebilmektedir.

Liu, Hong ve Li (2013) tarafından Tayvan’ da yapılan bir çalışma da ekoturizm turist profili incelenmiştir. Burada ECOSERV ölçüm modelinde belirtilen önermeler kullanılmış ve deneyimsel pazarlama yönteminin ziyaretçiler tarafından değerlendirilecek olan hizmet kalitesi algıları üzerinde olumlu bir etki yaratıp yaratmadığına test edilmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak ise ziyaretçilerin demografik özelliklerine göre deneyimsel pazarlama algıları, davranışsal niyetleri ve hizmetin kalitesine dair algıları farklılık gösterse de bu ilişkinin pozitif yönde geliştiği söylenmektedir. Araştırma sonucunda pazarlama deneyimi ve kalitenin ziyaretçilerden davranışsal niyetler ile olumlu bir süreç izlediği ifade edilmiştir.

Valčić (2019) tarafından yapılan diğer bir çalışmada Hırvatistan bölgesinde bulunan Sekiz Milli Parkında gerçekleştirilmiştir. ECOSERV ölçeği kullanılarak gerçekleştirilen bu araştırmada destinasyonun güvenlik ve fiziksel özellikler unsurları üzerinde durulmuş ve bölge imajının davranışsal niyetler açısından etkinliği ispatlanmıştır.

Sapari vd. (2013) tarafından Langkawi Adası’ da yapılan çalışmada, çevresel ve faaliyetler açısından beklenti algılarının karşılanmadığı söylenmektedir.

ECOSERV ölçüm modelinden yararlanılarak gerçekleştirilen Türkçe alanyazını incelendiğinde ise aşağıdaki araştırmalara ulaşılmıştır.

Uslu vd. (2013) tarafından ECOSERV ölçeği kullanılarak yapılan araştırmada, hem yerli hem de yabancı turistlerin hizmete dair beklenti ve kalite algıları anket yöntemi ile ölçülmeye çalışılmıştır. Muğla ili Fethiye ilçesinde bulunan Kelebekler Vadi’ sinde ECOSERV ölçeği kullanılarak anket yöntemi ile gerçekleştirilen çalışmada, “Eko-Fiziksel”, “Fiziksel” ve “Güvenilirlik” boyutlarında sadece düşük yaşa tabi olan kitlenin beklenti düzeylerinin daha az karşılandığı, diğer boyutlarda ise anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Aziz vd. (2015) tarafından yapılan çalışmada, açık hava etkinlik alanlarında ECOSERV modeline ilişkin önermelerin geçerli olup olmadığı tespit edilerek, rekreasyon alanlarındaki memnuniyet hizmet kalitesin ölçülmesinde ilgili ölçeğin kullanılabileceği sonucuna varılmıştır.

Ünüvar ve Aydın (2017) tarafından yapılan çalışmada, Türkiye’nin ekoturizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği kıyı kesimleri ziyaret eden kişilerin hizmet kalitesi

açısından beklenti ile algı ölçüşmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak hizmetin kalitesine dair beklentiler yüksek çıkmış ve boyutsal olarak “Eko- Fiziksel Özellikler” boyutunun ziyaretçiler açısından en önemli boyut olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Güdü Demirbulat (2018) tarafından yapılan araştırmada, Doğu Karadeniz Bölgesi’nde yerli turistler üzerine bir anket çalışması yapılmış ve beklentileri yüksek olan yerli turistlerin algıladıkları hizmet kalitesinin düşük olduğu ifade edilmiştir. Boyutsal açıdan bakıldığında ise yine “Eko-Fiziksel Özellikler” boyutunun en önemli boyut olduğu sonucuna varılmıştır.

Zehra ve Çakır (2019) tarafından Muğla ili Fethiye ve Ortanca ilçelerinde bulunan ekoçiftlik işletmelerinde yapılan bir araştırmada, ziyaret eden turistlerin tutum ve davranış biçimlerini çevresel açıdan değerlendirmiştir. Burada beklenen ile algılanan hizmet kalitesi arasındaki ilişki negatif yönlü çıksa da, ekoturistlerin çevresel davranış ve tutum olarak hizmetin algılanan kalitesi açısından anlamlı bir ilişkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Köroğlu vd., (2019) tarafından yapılan araştırmada, Marmara Bölgesi’nde tarım turizmi kapsamında hizmet sunan ekolojik çiftlikleri ziyaret eden turistlerin hizmet kalite beklenti ve algıları değerlendirilmiştir. ECOSERV ölçüm modeli kullanılarak yapılan araştırmada, algılanan hizmet kalitesi düşük çıksa da genel anlamda bir memnuniyet olduğu ve tekrar ziyaret etme isteklerinde etkili olan faktörün yaşadıkları zihinsel rahatlama olduğu ifade edilmiştir.

Genel bir alanyazını değerlendirmesi yapıldığında araştırmacıların hizmet, kalite ve temel hizmet kalitesi modellerinden SERVQUAL ile SERVPERF hizmet kalitesi ölçüm modelleri üzerinde yoğunlaştığı gözükmemektedir. Özellikle çalışmanın temelini oluşturan ECOSERV hizmet kalitesi ölçüm modeli konusunda Türkçe çalışmaların kısıtlı olduğu ve ekoturizm açısından hizmet kalitesinin değerlendirilmesinde önemli bir ölçüm model olan bu modelin üzerinde yapılacak bir çalışmanın gelecekte bu konu hakkında yapılacak olan çalışmalara ışık tutacağı ve literatüre önemli katkılar sunacağı düşünülmektedir.

4.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Tüm dünyada pandeminin etkisiyle bilimsel çalışmalarda da yüz yüze uygulamalar araştırmacıları kısıtlayan önemli bir etken olmuştur. Bu çalışmanın da en önemli zorluğu Gümüşhane Zigana Dağı ve Limni Gölü ekoturizm destinasyonlarında pandemi sebebiyle ziyaretçilerin az olması ve yüz yüze uygulamaların risk nedeniyle gerçekleştirilememesi olmuştur. Pandemi sürecinin uzun sürmesi nedeniyle çalışma

yapılan alanlardaki kısıtlamalar zaman zaman kalksa da ziyaretçilerin pandemiden etkilenmemek amacıyla ev de kalma tercihleri araştırmayı kısıtlı hale getiren bir diğer sebep olmuştur. Ayrıca pandeminin yayılma sürecini yavaşlatmak adına yurt dışı ziyaretlerinin birçok ülkede kapalı olması sebebiyle yabancı turistler bölgeye ziyaret gerçekleştirememişlerdir.

Yukarıda belirtilen nedenlerin bir sonucu olarak anket uygulaması yüz yüze olarak uzun bir sürede destinasyona ziyaret gerçekleştiren az sayıda turist üzerinde uygulanarak 100 kişiden veri toplanabilmiştir. Bu süreçte alternatif çözüm önerileri düşünülmüş bölgeyi ziyaret eden kitleye çevrim içi ortamda ulaşılmaya çalışılmıştır. Çevrim içi ortama 3 kısım şeklinde (Demografik bilgiler, beklenen ve algılanan hizmet kalitesi soru önermeleri) aktarılan anket formuna ait link ilgili destinasyonu ziyaret edebilecek tüm bireylere gönderilmiştir. Çevrim içi düzenlenen anket formunda katılımcılara özellikle bölgeyi ziyaret edip etmediği sorulmuştur. Toplam 468 kişiye ulaşılan veri toplama süreci sonunda yapılan incelemede 168 katılımcıdan elde edilen veriler gerek daha önce bölgeyi ziyaret etmemesinden gerek anket formunu yanlış ve/veya dikkatsiz doldurmalarından dolayı kullanılamamıştır. Veri toplama süreci yüz yüze görüşmeler dâhil toplamda 400 kişi ile tamamlanmış ve analizlere geçilmiştir.

4.4. Araştırmanın Metodolojisi

Bu bölümde evren ve örneklem, hipotezler, verilerin toplanma şekilleri ve çalışmaya ilişkin model ile ilgili bilgilere yer verilmiştir.

4.4.1. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Yapılan çalışmada hizmet kalitesinin değerlendirilmesi amacıyla kullanılan ECOSERV ölçeğine göre beklenti ile algı puanlarının arasındaki fark ziyaretçilerin almış olduğu hizmetlerin kalitesinin göstergesi niteliğindedir. Bu sebeple ekoturistlerin alacakları hizmetten beklentileri ve hizmet sonrasında aldıkları hizmete dair algı düzeylerinin belirlenebilmesi amacıyla cevaplar aşağıdaki formüller ile analiz edilmiştir. Buna göre ziyaretçilerin beklentileri ile algıları eşit ise beklentilerin karşılandığı bir hizmet kalitesinden, beklentileri algılarından yüksek ise düşük düzeyde hizmet kalitesinden ve algıları beklentisinden yüksek ise yüksek düzeyde bir hizmet kalitesinden söz edilmektedir. Puanlama ve yorumlamaya ilişkin kıstaslar aşağıda yer almaktadır (Akdu, 2014; Yalkın, 2010).

Puanlama:

Formül: $ECOS = BECO - AECO$

ECOS: ECOSERV Puanı

BECO: Beklenen ECOSERV Hizmeti Puanı

AECO: Algılanan ECOSERV Hizmeti Puanı

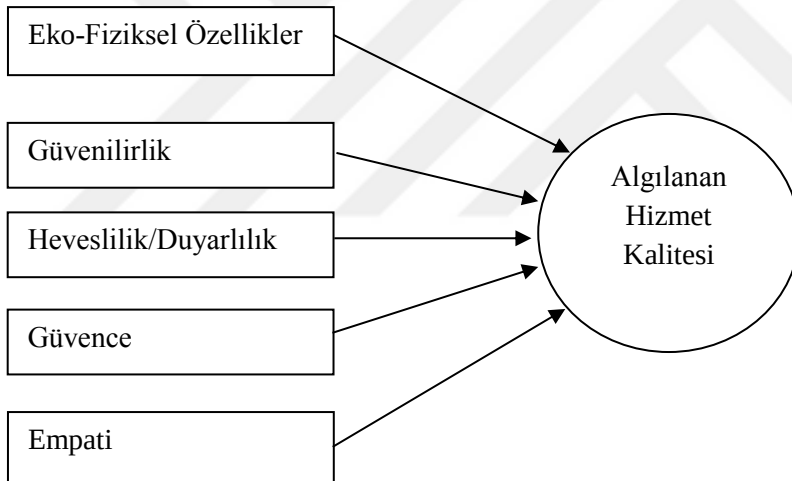
Yorumlama:

Beklenen Puan < Algılanan Puan: Yüksek Hizmet Kalitesi

Beklenen Puan = Algılanan Puan: Beklentileri Karşılammış Hizmet Kalitesi

Beklenen Puan > Algılanan Puan: Düşük Hizmet Kalitesi

Bu doğrultuda katılımcıların hizmet kalitesi algılarını en çok etkileyen özelliklerin belirlenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Bu kapsamda hizmet kalitesi boyutlarının algılanan hizmet kalitesine etkisini belirlemek üzere araştırma hipotezleri belirlenmiştir. Hipotezler doğrultusunda şemalaştırılan araştırma modeli Şekil 8’ de yer almaktadır.



Şekil 8. Araştırma modeli

4.4.2. Araştırmanın hipotezleri

Hipotezler Şekil 8’ de belirtilen model doğrultusunda iki başlık halinde Araştırma hipotezleri ve ECOSERV hipotezleri olarak belirlenmiştir. Başlangıçta ECOSERV hipotezleri, devamında da araştırma modeli hipotezler test edilecektir. Test edilecek hipotezler aşağıda belirtilmiştir.

Alanyazını incelendiğinde beklenti düzeyleri belirlenmeye çalışılan ekoturizm ziyaretçilerinin ekolojik çevre ile uyumlu, çevreyi yansıtan doğal yapılar ile alanların “Eko-Fiziksel Özellik” boyutu kapsamında hizmetin kalitesi açısından önemli olduğu ifade edilmiştir (Khan, 2003).

Aseres ve Sira (2019) tarafından yapılan çalışmada, ECOSERV ölçüm modeli kullanılarak Etiyopya bölgesinde bulunan Bale Dağları Milli Park ziyaretçileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilerin 7 boyut üzerinden değerlendirilmesi sunucunda “Eko-Fiziksel Özellikler” boyutuna katılımcıların daha fazla önem verdiği ve algılanan hizmetin kalitesini düşük düzeyde etkilediği sonucuna varılmıştır (Aseres ve Sira, 2019).

Türkiye de kıyı bölgelerinde yapılan bir çalışmada, katılımcı kitlesinin hizmetten beklenti ve algıları ECOSERV modeli ile 6 boyut üzerinden değerlendirilerek sonuçlara ulaşılmaya çalışılmıştır. Yapılan değerlendirmede 6 boyut içerisinde, katılımcılar “Eko-Fiziksel Özellikler” boyutunun en çok önem verilen boyut olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Ünüvar ve Aydın, 2017).

Güdü Demirbulat (2018) tarafından bir ekoturizm destinasyonu olan Doğu Karadeniz Bölgesi üzerine yapılan çalışmada, yerli turistlerin destinasyonda sunulan hizmet kalitesini dair beklenti ve algıları arasındaki farklar tespit edilmiştir. Araştırmada ECOSERV hizmet kalitesi ölçüm modeli kullanılmıştır. Boyutlar bazında yapılan değerlendirmede algılan hizmet kalitesinin düşük olduğu ve hizmet kalitesi boyutlarından “Eko-Fiziksel Özellikler” boyutunun en önemli boyut olduğu sonucuna varılmıştır. Buradan hareketle aşağıdaki H_1 hipotezi oluşturulmuştur.

H_1 : Eko-Fiziksel özellikler boyutu Algılan Hizmet Kalitesini olumlu yönde etkiler.

Uslu vd., (2013) tarafından ECOSERV ölçüm modeli kullanılarak Kelebekler Vadisi’ ni ziyaret eden yerli ve yabancı turistler üzerinde yapılan bir araştırma, 36-45 yaş aralığındaki katılımcıların, 16-25 yaş aralığındaki katılımcılara göre “Eko-Fiziksel Özellikler” ve “Güvenilirlik” boyutları açısından daha çok beklentilerinin olumlu yönde etkilendiği ifade edilmektedir (Uslu vd., 2013).

Sevgi ve Paksoy (2019) tarafından Antalya’ da beş yıldızlı otellerde konaklama hizmeti alan yabancı turistlere Antalya Havalimanında yapılan bir çalışmada, turistlerin beklenti ile memnuniyet durumları tespit edilmiştir. Dört farklı ülke vatandaşlarına hazırlanan sorulara verilen cevapların değerlendirilmesinde Alman ve Hollandalı turistlerin verilen hizmetten memnun kaldıkları, Rus ve İngiliz turistlerin ise beklentilerinin karşılanmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca turist kitlesinin en çok önem verdiği boyut olan “Güvenilirlik” boyutunun kalitesinin artırılmasının diğer boyutlarda pozitif etki yarattığı sonucunda varılmıştır (Sevgi ve Paksoy, 2018).

Gouws ve Motala (2019) tarafından Güney Afrika’ daki alkollü içecekler sektöründe yapılan bir çalışmada, müşterilerin hizmet kalitesine dair beklenti ve algıları arasındaki fark SERVQUAL ölçeğindeki 5 boyut kullanılarak araştırılmıştır. Araştırma

sonucunda tüm boyutlarda beklenti ve algı arasında farklar tespit edilmiştir. Boyutlar arasındaki en büyük fark özellikle güvenilirlik boyutundaki “Müşteriye sözü verilen hizmetin eksiksiz ve zamanında teslim edilmesi” önermesi olmuştur (Gouws ve Motala, 2019). Buradan hareketle aşağıdaki **H₂** hipotezi oluşturulmuştur.

H₂: Güvenilirlik boyutu Algılan Hizmet Kalitesini olumlu yönde etkiler.

Yazdi (2015) tarafından SERVQUAL hizmet kalitesi ölçeği kullanılarak havacılık sektöründe yapılan çalışmada, kaliteyi artırmak için sunulan çözüm önerilerinin zaman kısıtlamaları gibi sebeplerden ötürü tamamının uygulanmasının mümkün olmaması nedeniyle ölçekteki en önemli kriterler belirlenerek sonuca ulaşılması gerektiği belirtilmiştir. Bu sebeple iç ve dış hatlardan seyahat eden yolculara anket uygulaması yapılmıştır. Verilerin önem sırasına göre analizleri yapılarak en önemli boyutun “Empati”, “Heveslilik”, “Güvenilirlik”, “Güvence” ve “Fiziksel Özellikler” boyutu şeklinde sıralandığı ifade edilmektedir (Yazdi, 2015).

Sarıışık ve Dikkaya (2015) tarafında yapılan çalışmada, konaklama hizmetinden yararlanan müşterilerin “Heveslilik” boyut kapsamındaki hizmet kalitesinden beklentileri ve algılarının hizmet kalitesi düzeyleri belirlenmiştir. SERVQUAL ölçeği kullanılarak gerçekleştirilen anket çalışmasında otellerden alınan hizmetlerin beklentilerini karşılamadığı ve beklenti ile algı arasındaki farkın en yüksek olduğu durumların hizmetin sunumu, hizmetin gerçekleştirilme hızı ve müşteri ile ilişkiler olarak tespit edilmiştir. (Sarıışık ve Dikkaya, 2015). Buradan hareketle aşağıdaki **H₃** hipotezi oluşturulmuştur.

H₃: Heveslilik/Duyarlılık boyutu Algılan Hizmet Kalitesini olumlu yönde etkiler.

Said vd. (2009) tarafından yapılan örnek bir diğer çalışmada, Malezya bölgesinde bulunan Gunung Gading Ulusal Park’ın da yapılan çalışmadır. ECOSERV ölçek boyutları üzerinden değerlendirilerek beklenti ve algı verilerinden elde edilen sonuçlarda katılımcılar için “Eko-Fiziksel Özellikler” ve “Güvence” boyutlarının en önemli boyut olduğu ve beklenen hizmetin karşılanamadığı sonucuna varılmıştır (Said vd., 2009).

Gerşil ve Güven (2018) tarafından yapılan çalışmada Celal Bayar Üniversitesi’nde öğrenciye verilen hizmetler SERVQUAL ölçeğindeki 5 boyut bazında ayrı ayrı incelenmiş ve çalışmanın sonucunda verilen hizmet kalitesinin tüm boyutlar bazında beklentilerin altında kaldığı ifade edilmiştir. Ayrıca hizmetin kalitesi açısından üniversite öğrencilerinin en çok “Güvence” boyutuna önem verdikleri, en az önem verdikleri boyutun ise “Empati” boyutu olduğu sonucuna varılmıştır (Gerşil ve Güven, 2018).

Shapavol ve arkadaşları (2018) tarafından “Y” kuşağı üzerinde yapılan ve 516 gencin katılımı ile gerçekleştirilen diğer bir araştırmada ise yapılan araştırmaları desteklemekte ve “Eko- Fiziksel Özellikler” ve “Güvence” boyutlarında algılanan hizmet kalitesine etki eden önemli boyutlar olduğu ifade edilmiştir (Shapavol vd., 2018). Buradan hareketle aşağıdaki **H₄** hipotezi oluşturulmuştur.

H₄: Güvence boyutu Algılan Hizmet Kalitesini olumlu yönde etkiler.

Samal vd. (2018) tarafından özel hastanede SERVQUAL ölçeği kullanılarak müşteri memnuniyeti, sadakati ve fiyatlandırma gibi konularda yapılan anket çalışmasında en çok dikkat edilen hususun hizmetin kalitesi olduğu, hizmet kalitesi beklenti ve algıları arasındaki en yüksek farkın “Empati” boyutunda olduğu tespit edilmiştir (Samal vd., 2018).

Kurtaran Çelik vd. (2019) tarafından Karadeniz Teknik Üniversitesi Turizm Eğitim ve Uygulama İktisadi işletmesinde yiyecek ve içecek işletmelerinden hizmet alan müşteriler üzerine bir çalışma yapılmıştır. Çalışmada müşterilerin aldıkları hizmet kalitesinin belirlenebilmesi amacıyla SERVQUAL ölçeği kullanılarak boyutlar bazında hizmet kalite algıları anket yöntemi ile ölçülmeye çalışılmıştır. Verilerin analizi sonucunda en yüksek skor “Empati” ve “Güven” boyutu olarak bulunmuştur. SERVQUAL skorunun yüksek olması demek beklentilerin yüksek düzeyde karşılandığı anlamını taşıdığı ifade edilmiştir (Kurtaran Çelik vd., 2019).

Güripek (2018) tarafından Denizli ilinin Pamukkale ilçesinde yapılan çalışmada, yiyecek ve içecek işletmesi müşterilerinin algıladıkları hizmet kalitesi belirlenmeye çalışılmıştır. Toplanan verilerin değerlendirilmesi neticesinde “İşletmenin eşyaları modern görünümlüdür” ve “İşletmede yapılması gerekenler ilk seferinde doğru olarak yapılır ve işletmede personel hızlı hizmet sunar” ifadeleri orta düzeyde algılanırken, diğer tüm ifadeler yüksek düzeyde algılandıkları belirtilmiştir. Boyutlar bazında yapılan değerlendirmede ise “Empati” boyutunun en yüksek ortalama değerini aldığı tespit edilmiştir. Buradan hareketle aşağıdaki **H₅** hipotezi oluşturulmuştur (Güripek, 2018).

H₅: Empati boyutu Algılan Hizmet Kalitesini olumlu yönde etkiler.

Yukarıda belirtilen araştırma hipotezlerinin yanı sıra cinsiyet, yaş ve eğitim durumları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığının tespiti amacıyla aşağıda belirtilen ECOSERV hipotezleri oluşturulmuştur.

Ecoserv Hipotezleri:

EH₁: Algılanan hizmet kalitesi katılımcıların cinsiyetine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

EH₂: Algılanan hizmet kalitesi katılımcıların yaşlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

EH₃: Algılanan hizmet kalitesi katılımcıların eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

4.4.3. Veri Toplama Yöntemi

Bu araştırmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiş ve veri toplama aracı olarak anketten yararlanılmıştır. Veri toplama aracı olarak Khan (1996) tarafından kullanılan SERVQUAL ölçeği temel alınarak geliştirilen ve ekoturizmde hizmet kalitesini ölçmeye yarayan ECOSERV ölçeği kullanılmıştır. ECOSERV ölçeği, SERVQUAL ölçeğinde yer alan 19 soru maddesine ek ekoturizm özelliklerini dikkate alınarak ölçeğe eklenen ilave 11 soru maddesi ile toplamda 30 soru ve 6 boyuttan oluşturulmuş geçerliliği kanıtlanmış bir ölçektir. Bu ölçekten araştırma konusu olan destinasyonun özellikleri dikkate alınarak belirlenen 24 soru önermesi ile anket formu kullanılarak veriler toplanmıştır. (Khan, 1996).

Araştırmada kullanılan anket üç kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısım anketi cevaplayan turistlerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve gelir gibi sorulara yer verilmiştir. İkinci kısımda ekoturistlerin beklentilerini tespit etmeye yönelik sorular yer alırken, üçüncü kısımda algıladıkları hizmet kalitesinin belirlemesine yönelik sorular ziyaretçilere yöneltilmiştir. İkinci ve üçüncü kısımların her biri 24 sorudan oluşmaktadır. Ayrıca anket çalışmasındaki verilerin analiz edilebilmesi için beklenti ve algı sorularında 5’li likert tipi ölçek kullanılmıştır (1= kesinlikle katılmıyorum, 2= katılmıyorum, 3= ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4= katılıyorum, 5= kesinlikle katılıyorum). Çalışmada kullanılan anket formu EK’ 1’de yer almaktadır.

4.4.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklem Seçimi

Araştırma yapılacak alan belirlenirken, ekoturizm faaliyetleri için elverişli destinasyonların fazla olması, ulaşılabilirlik açısından daha elverişli bir konuma sahip olması ve Doğu Karadeniz Bölgesi ile Doğu Anadolu Bölgesi arasında geçiş güzergâhında yer almasından ötürü Gümüşhane ili seçilmiştir. Bu kapsamda çalışma, 2021 yılında Gümüşhane Zigana Dağı ile Limni Gölü’nü ziyaret eden ve ekoturizm faaliyetine katılan turistleri kapsamaktadır.

Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA) tarafından internet sitesinde Gümüşhane bölgesi için yayımlanan son verilere göre bölgeyi toplamda 511288 kişi

ziyaret etmiş olup, çoğunluğun yerli turistlerden oluştuğu belirtilmiştir. İlde konaklayan yerli ziyaretçi sayısının 2019 yılı itibari ile 111.997 kişi, yabancı ziyaretçi sayısının 1.095 kişi olduğu tespiti yapılmıştır (URL-1, 2020). Bu sayılara bakıldığında yabancı turist kitlesinin ziyaretçi sayısında yerli turist kitlesine göre çok düşük kaldığı anlaşılmaktadır. Bu sebeple araştırmanın yerli turistler üzerinden gerçekleştirilmesinin daha uygun olacağı düşünülmüştür.

Araştırma yapılan evrenin büyüklüğü, zaman kısıtlamaları nedeniyle tesadüfi olmayan örnekleme yöntemi, kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Yeterli örneklem sayına ulaşabilmek için en az 150-200 arasında veri toplanması ve/veya ölçeklerdeki soru sayısının 5 ile 10 katı arasında olması gerektiğine yönelik iki temel ölçüt koymaktadırlar (Brown, 2006 ; Chen vd.,2008; Dursun ve Kocagöz, 2010; Çetinkaya ve Şimşek, 2008, Sezerel, 2013). Bununla birlikte Gorsuch, (1983) madde başına 5 kişi, en az 200 örneklem; Streiner, (1994) madde başına 10 kişi, en az 100 örneklemin yeterli olacağını ifade etmişlerdir (Akdu ve Öktem, 2019). Kabul edilebilir örneklem büyüklükleri Tablo 5’ te gösterilmiştir.

Tablo 5. Kabul edilebilir örneklem büyüklükleri (Krejcie ve Morgan, 1970).

N	S	N	S	N	S	N	S
10	10	190	127	1100	285	5 000	357
20	19	200	132	1200	291	6 000	361
30	28	250	152	1300	297	7 000	364
40	36	300	169	1400	302	8 000	367
50	44	350	185	1500	306	9 000	368
60	52	400	196	1600	310	10 000	370
70	59	450	212	1700	313	15 000	375
80	66	500	217	1800	317	20 000	377
90	73	550	226	1900	320	30 000	379
100	80	600	234	2000	322	40 000	380
110	86	650	242	2200	327	50 000	381
120	92	700	248	2400	331	75 000	382
130	97	750	254	2600	335	100 000	384
140	103	800	260	2800	338	1 00.000	384
150	108	850	265	3000	341	10 000.000	384
160	113	900	269	3500	346		
170	118	950	274	4000	351		
180	123	1000	278	4500	354		

Hedef kitledeki birey sayısı biliniyorsa örneklem büyüklüğü aşağıdaki formül ile hesaplanmaktadır (Can ve Bilgili, 2019; Koçoğlu vd, 2019).

$$n = Nt^2pq/d^2(N-1) + t^2pq$$

(Eşitlik 1)

N: Hedef kitledeki birey sayısı

n: Örneklem alınacak birey sayısı

p: İncelenen olayın görülüş sıklığı (gerçekleşme olasılığı)

q: İncelenen olayın görülmemiş sıklığı (gerçekleşmeme olasılığı)

t: Belirli bir anlamlılık düzeyinde, t tablosuna göre bulunan teorik değer

d: Olayın görülüş sıklığına göre kabul edilen örneklem hatasıdır.

Bu veriler ışığında;

$$n = 511.288(1,96)^2 (0.5)(0.5) / (0,05)^2 (511.288-1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5) = 384$$

(Eşitlik 2)

Yukarıda yapılan hesaplamalar sonucunda örneklem alınacak birey sayısı 384 olarak bulunmuştur. Bu sebeple yapılan araştırmadaki anket verilerinin (n=400) araştırma çerçevesinde tespit edilecek analizler için yeterli düzeyde olacağı söylenebilir.

4.4.5. Verilerin Analizi ve Yöntemi

Yapılan anket araştırmasına ait verilerin değerlendirilmesi istatistik paket programı ile gerçekleştirilmiştir. Verilerin değerlendirilmesi için frekans dağılımları, uygunluk, güvenilirlik, t-testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA), regresyon analizi ve Tukey testi uygulanmıştır. Hizmet kalitesinin belirlenebilmesi amacıyla Beklenen hizmet kalitesi ve algılanan hizmet kalitesini verilerinin karşılaştırılması yanında, anket içerisinde yer alan demografik veriler ile algılanan hizmetin kalitesinin belirlemek amacıyla toplanan veriler karşılaştırılarak, birbirleri ile aralarında var olabilecek ilişkiler tespit edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca gruplar arasında anlamlı farklılık çıkanların etki büyüklüğünü hesaplayabilmek için eta-kare (η^2) değerlerine bakılmıştır. Etki düzeyini gösteren 0.00 ile 1 değeri arasında olması gereken bu değer 1'e yaklaştıkça etki düzeyi arttığı belirtilmektedir (Ntoumanis, 2003). Sonuç olarak bulunan eta- kare değeri $0.01 \leq \eta^2 < 0.06$ arasında ise düşük, $0.06 \leq \eta^2 < 0.14$ ise orta, $\eta^2 \geq 0.14$ ise yüksek düzeyde etki olduğu ifade edilmektedir (Kutsal ve Bilge, 2012; Çakıcı vd., 2017; Sontay vd., 2014; Davras ve Gülmez, 2013). Ayrıca $P < 0.05$ değerinin altında çıkan sonuçlar anlamlı olarak kabul edilmiştir. Algılanan hizmet kalitesini ölçmede kullanılan ifadeler ve kodlar Tablo 6' da gösterilmiştir.

Tablo 6. Algılanan hizmet kalitesini ölçmede kullanılan ifadeler ve kodlar

Ölçülen Boyut	İfadeler	Kod
Eko- Fiziksel Özellikler	Ekoturizm işletmesinde çevresel bozulmayı en az indiren ekipmanlar kullanılmaktadır.	AFÖ1
	Ekoturizm işletmesinin tesisleri çevre ile uyumludur.	AFÖ2
	Ekoturizm işletmesi, temiz/kirlenmemiş bir çevrede bulunmaktadır.	AFÖ3
	Ekoturizm işletmesinin fiziksel donanımı ve binası yerel unsurları yansıtmaktadır.	AFÖ4
	Ekoturizm işletmesi çalışanları, yerel dokuya uygun kıyafetler giymektedir.	AFÖ5
	Ekoturizm işletmesinin hizmete eşlik eden malzemeler (kitapçık, broşür vb.) yerel unsurları yansıtacak niteliktedir.	AFÖ6
Güvenilirlik	Ekoturizm işletmesi hizmeti söz verdikleri anda yerine getirmektedir.	AGK7
	Ekoturizm işletmesi, müşterilerinin bir problemi olduğunda, problemi çözmek için samimi bir çaba göstermektedir.	AGK8
	Ekoturizm işletmesi, doğru hizmeti, ilk seferde tam olarak yerine getirmektedir.	AGK9
	Ekoturizm işletmesi, hizmetlerini söz verdiği sürede yerine getirmektedir.	AGK10
	Ekoturizm işletmesi, kayıtlarını eksiksiz ve doğru bir şekilde tutmaktadır.	AGK11
Heveslilik/Duyarlılık	Ekoturizm işletmesinin çalışanı, müşterilerine tam olarak hizmetin ne zaman yerine getirileceğini söylemektedir.	AHD12
	Ekoturizm işletmesi çalışanı, müşterilerine hizmeti en hızlı şekilde vermektedir.	AHD13
	Ekoturizm işletmesi çalışanı, her zaman müşterilerine yardım etmeye isteklidir.	AHD14
Heveslilik/Duyarlılık	Ekoturizm işletmesi çalışanı, asla müşterilerinin acil ihtiyaçlarına yanıt veremeyecek kadar meşgul değildir.	AHD15
Güvence	Ekoturizm işletmesi çalışanının davranışları, müşterilerinde güven duygusu uyandırmaktadır.	AGÜ16
	Ekoturizm işletmesinin müşterileri, hizmete ilişkin konularda kendisi güvende hissetmektedir.	AGÜ17
	Ekoturizm işletmesinin çalışanı, sürekli olarak müşterilere karşı saygılı ve kibardır.	AGÜ18
	Ekoturizm işletmesinin çalışanı, müşterilerin sorunlarını cevaplamak için yeterli bilgiye sahiptir.	AGÜ19
Empati	Ekoturizm işletmesi, müşterilerine bireysel ilgi ve özen göstermektedir.	AE20
	Ekoturizm işletmesinin, müşterilere bireysel ilgi gösterilebilecek çalışanları bulunmaktadır.	AE21
	Ekoturizm işletmesi, müşterilerinin çıkarları ile candan ilgilenmektedir.	AE22
	Ekoturizm işletmesinin çalışanları, müşterilerinin özel ihtiyaçlarını anlamaktadır.	AE23
	Ekoturizm işletmesi müşteriler için gerekli olan tüm bilgileri yeterince sağlamaktadır.	AE24

4.5. Araştırmanın Bulguları ve Bulgulara İlişkin Yorumlar

Bu kısımda demografik veriler, uygunluk ve güvenilirlik testleri gibi verilerin analizleri sonucunda elde edilen sonuçlar başlıklar halinde belirtilmiştir.

4.5.1. Katılımcılar İlişkin Demografik Bilgiler

Katılımcılara ait yaş, cinsiyet, eğitim durumları gibi bilgiler Tablo 6’da aşağıda gösterilmiştir.

Tablo 7. Katılımcıların yaş, cinsiyet ve eğitim durumu

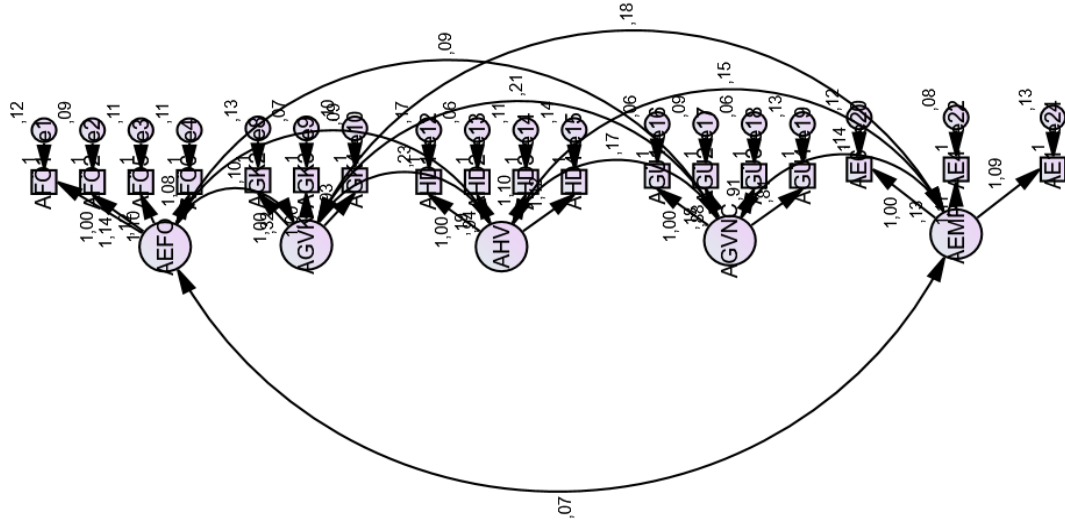
Özellik		f(n=400)	%
Cinsiyet	Erkek	158	39.5
	Kadın	242	60.5
Yaş	18-28	233	58.25
	29-39	110	27.5
	40 ve üzeri	57	14.25
Eğitim Durumu	İlköğretim	8	2
	Ortaöğretim	32	8
	Ön Lisans	203	50.75
	Lisans	91	22.75
	Lisansüstü	66	16.5

Tablo 7’de belirtilen veriler değerlendirildiğinde, ankete katılan 400 kişiden %39.5’i (158) erkek ve % 60.5’i (242) kadındır. Yaş verilerine bakıldığında ise en çok katılımcının %58.25 (233 kişi) oranla 18-28 yaş aralığında olduğu, en az katılımcının ise % 14.25 (57 kişi) oranla 40 ve üzeri yaş aralığında olduğu görülmektedir. Eğitim durumu açısından ise en çok katılımcının %50.75 (203 kişi) oranla ön lisans, en az katılımcının ise %2 (8 kişi) oranla ilköğretim eğitim durumu sahip olduğu görülmektedir. Genel olarak bakıldığında ise katılımcıların eğitim düzeylerinin yüksek olduğu yapılan analizlerden anlaşılmaktadır.

4.5.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

Doğrudan faktör analiz önceden kullanılan bir ölçeğin güncel araştırmalarda kullanılması durumunda orjinal ölçeğe uygun olup olmadığı kontrol eden bir yöntem olarak belirtilmektedir (Yaşlıoğlu, 2017). DFA, geçerlilik bilgisi sağlamak için yararlı bir istatistiksel prosedürdür. DFA, ölçülen yapı sayısı hakkında bilgi sağlar ve hangi maddelerin aynı yapıyı, hangi maddelerin farklı yapıları ölçtüğünü test eder (Levine, 2005).

Doğrulamalı faktör analiz yapılırken öncelikle modelin uygunluğunu belirleyen belli başlı ölçütlere bakılması gerekmektedir. Bu ölçütler Ki-kare istatistiği (The chi-squared statistic - χ^2), NFI (Normed Fit Index), CFI (Comparative Fit Index), TLI (Tucker-Lewis Index) ve RMSEA (the Root Mean Square Error of Approximation) gibi kritik ölçüt değerlerinin belirlenmesi ve bu değerler üzerinden modelin uyumluluğunun yorumlanması gerektiği ifade edilmektedir. Bu değerlerden; RMSEA 0.05<RMSEA<0.10 kabul edilebilir uyum değeri, 0.95<NFI <1 olması durumunda iyi bir uyum değeri ve CFI ve TLI ise $\geq 0,90$ eşit ve üzerinde olması durumunda modelin iyi bir uyum değerine sahip olduğu söylenebilmektedir. (Arıca ve İlgaç, 2007; Akdu, 2014; Erdoğan vd, 2007). Ki-kare/ Serbestlik derecesi baktığımızda ise bu değerlerin (X^2/SD) 2:1, 3:1 aralığında ya da 5 veya daha bu değerin daha altında olması, modelin kabul edilebilmesi için yeterli olabileceği ifade edilmektedir (Çetintürk, 2010).



Şekil 9. Algı önermelerine ilişkin doğrulamalı faktör analizi sonuçları

İlk yapılan Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) sonucunda standardize edilmiş regresyon yükleri kontrol edilmiş ve 0,70'in altında değeri olan ve problemlili görülen 6 tane soru (AFÖ5: Ekoturizm işletmesi çalışanları, yerel dokuya uygun kıyafetler giymektedir., AFÖ6: Ekoturizm işletmesinin hizmete eşlik eden malzemeler (kitapçık, broşür vb.) yerel unsurları yansıtacak niteliktedir., AGK7: Ekoturizm işletmesi hizmeti söz verdikleri anda yerine getirmektedir., AGK11: Ekoturizm işletmesi, kayıtlarını eksiksiz ve doğru bir şekilde tutmaktadır., AHKE21: Ekoturizm işletmesinin, müşterilere bireysel ilgi gösterilebilecek çalışanları bulunmaktadır., AHKE23: Ekoturizm işletmesinin çalışanları, müşterilerinin özel ihtiyaçlarını anlamaktadır.) analizlerden çıkarılmıştır. Böylelikle daha güvenilir ve uyumlu bir ölçek elde edilmiştir.

Sorular çıkarıldıktan sonra yapılan DFA sonucu Şekil 9’da ve uyum indeksleri sonucu da Tablo 8’de görülmektedir.

Algı önermelerine ilişkin model 1’e ait doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarını göstermektedir. Modelin uyum indeksi sonuçlarına bakıldığında CMIN/DF (χ^2 :df):2.927 (365.920/125), P: 0.000, TLI: 0.943, NFI: 0.931, CFI:0.954, GFI: 0.909 ve RMSEA:0,070’dır. Sonuç olarak elde edilen bu uyum indeksleri modelin iyi bir uyuma sahip olduğunu ortaya koymuştur. İlgili sonuçlar Tablo 8’de gösterilmektedir.

Tablo 8. Ölçeğe ilişkin doğrulayıcı faktör analizi uyum indeksleri

X ²	DF	RMSEA	CFI	TLI	NFI	GFI	P	CMIN/DF
365.920	125	0.070	0.954	0.943	0.931	0.909	0.000	2.927

4.5.3. Uygunluk Testleri

Öncelikle araştırmamızda verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin anlaşılabilmesi için verilerin basıklık (kurtosis) ve çarpıklık (skewness) testlerine tabi tutulması gerekmektedir. Dağılımlarda en üst noktanın derecesi “basıklık” olarak adlandırılır. Basıklık değerlendirmesi yapılırken basıklığın $-3 < \text{basıklık} < 3$ arasında bir değerde olması durumunda verilerin normal dağılım gösterdiği anlamına gelmektedir (Onurlubaş ve Öztürk, 2020; Kapusuzoğlu ve Karan, 2010). Çarpıklık değeri ise 0 olarak kabul edilmekle birlikte birçok istatistikçi tarafından $-2.58 < \text{çarpıklık} < 2.58$ normal aralık olarak kabul edilmektedir (Yalkın, 2010; Senal vd., 2020). Basıklık ve çarpıklık test sonuçlarına ait bilgiler Tablo 9 ve Tablo 10’da gösterilmiştir.

Tablo 9. Beklenti önermelerine ait çarpıklık ve basıklık test sonuçları

	N	Ortalama	Çarpıklık	Standart Hata (Çarpıklık)	Basıklık	Standart Hata (Basıklık)
BFÖ1	400	4.570	-1.652	0.122	1.872	0.243
BFÖ2	400	4.678	-1.846	0.122	2.177	0.243
BFÖ3	400	4.558	-1.465	0.122	0.966	0.243
BFÖ4	400	4.485	-1.178	0.122	0.080	0.243
BGK8	400	4.673	-1.800	0.122	2.120	0.243
BGK9	400	4.473	-.969	0.122	-0.391	0.243
BGK10	400	4.605	-1.492	0.122	1.479	0.243
BHD12	400	4.570	-1.248	0.122	0.319	0.243
BHD13	400	4.628	-1.420	0.122	0.896	0.243
BHD14	400	4.648	-1.569	0.122	1.239	0.243
BHD15	400	4.430	-1.004	0.122	-0.180	0.243
BGÜ16	400	4.660	-1.716	0.122	1.907	0.243
BGÜ17	400	4.683	-1.932	0.122	2.699	0.243
BGÜ18	400	4.678	-1.705	0.122	1.726	0.243
BGÜ19	400	4.660	-1.700	0.122	1.919	0.243
BE20	400	4.535	-1.380	0.122	0.766	0.243
BE22	400	4.315	-.883	0.122	-0.297	0.243
BE24	400	4.290	-.1486	0.122	1.212	0.243

Yukarıda bahsedildiği üzere tablo incelendiğinde Skewness (Çarpıklık) değerleri -1.932 ile -0.883 arasında Kurtosis (Basıklık) değerlerinin ise -0.391 ile 2.699 arasında olduğu görülmektedir. Bu durumda belirtilen değerlerin normal aralıklarda olduğu ve verilerin normal dağılım gösterdiği söylenebilmektedir.

Tablo 10. Algı önermelerine ait çarpıklık ve basıklık test sonuçları

	N	Ortalama	Çarpıklık	Standart Hata (Çarpıklık)	Basıklık	Standart Hata (Basıklık)
AFÖ1	400	3.618	-0.485	0.122	-1.773	0.243
AFÖ2	400	3.595	-0.389	0.122	-1.858	0.243
AFÖ3	400	3.545	-0.181	0.122	-1.977	0.243
AFÖ4	400	3.530	-0.121	0.122	-1.995	0.243
AGK8	400	3.613	-1.373	0.122	0.709	0.243
AGK9	400	3.630	-1.457	0.122	0.960	0.243
AGK10	400	3.620	-1.369	0.122	0.778	0.243
AHD12	400	3.428	-0.502	0.122	-0.644	0.243
AHD13	400	3.695	-0.706	0.122	-1.116	0.243
AHD14	400	3.653	-1.384	0.122	1.035	0.243
AHD15	400	3.573	-1.067	0.122	0.196	0.243
AGÜ16	400	3.648	-0.553	0.122	-1.521	0.243
AGÜ17	400	3.655	-0.655	0.122	-1.579	0.243
AGÜ18	400	3.720	-0.828	0.122	-0.888	0.243
AGÜ19	400	3.498	0.010	0.122	-2.010	0.243
AE20	400	3.568	-0.511	0.122	-0.759	0.243
AE22	400	3.658	-0.417	0.122	-1.218	0.243
AE24	400	3.208	-0.551	0.122	-1.280	0.243

Yukarıda bahsedildiği üzere tablo incelendiğinde Skewness (Çarpıklık) değerleri -1.457 ile 0.10 arasında Kurtosis (Basıklık) değerlerinin ise -2.010 ile 1.035 arasında olduğu görülmektedir. Bu durumda belirtilen değerlerin normal aralıklarda olduğu ve verilerin normal dağılım gösterdiği söylenebilmektedir.

4.5.4. Güvenilirlik Analizi

Güvenirlilik analizi, anket sorularının birbirleri arasındaki tutarlılığını ve anketin ne derece güvenilir olduğunu gösteren bir yöntemdir. Alfa modeli (cronbach's alpha coefficient) olarak adlandırılan bu yöntem, ölçekte bulunan k sorunun homojen bir yapıda olan bir bütünü ifade edip edemeyeceğini bulmak amacıyla kullanılmaktadır. Ağırlıklı standart değişim ortalaması olan bu model, bir ölçekteki k sorunun varyanslar toplamının genel varyansa oranlanması neticesinde tespit edilir. Tespit edilen değer (cronbach's alpha) alfa katsayısı olarak isimlendirilir ve 0 ile 1 arasında bir değer almaktadır (Kalaycı, 2008; S. Akdu, 2017).

Alfa katsayısının 0 ve 1 arasında aldığı değere göre ölçeğin güvenilir olduğu konusunda aşağıda belirtilen yorumlamalar yapılabilmektedir (Kozak, 2015).

$0.40 > \alpha \geq 0.00$ arasında ise ölçek güvenilir değil,

$0.60 \geq \alpha \geq 0.40$ arasında ise ölçeğin güvenilirliğinin düşük,

$0.80 \geq \alpha > 0.60$ arasında ise ölçek oldukça güvenilir,

$1.00 \geq \alpha > 0.80$ arasında ise ölçeğin yüksek derecede güvenilir ölçek,

Ölçeğin güvenilirlik analiz yapılırken Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) ile uygunluğu belirlenen ve algı ile beklenti önermelerinde oluşan toplamda 36 madde üzerinden tüm ölçeğin güvenilirlik analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda alfa katsayısı 0.951 çıkmıştır. Bu değer ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir.

Algı ölçeğindeki soruların faktör bazında güvenilirlik analizi sonuçlarına baktığımızda ise alfa değeri 0.950 olarak yüksek düzeyde güvenilir olarak bulunmuştur. Ayrıca “Eko-Fiziksel Özellikler” boyutunda alfa değeri 0.832, “Güvenilirlik” boyutunda alfa değeri 0.901, “Heveslilik/Duyarlılık” boyutunda alfa değeri 0.872, “Güvence” boyutunda alfa değeri 0.867 ve “Empati” boyutunda alfa değeri 0.799 bulunmuştur. Boyutlar açısından da bakıldığında ölçeğin güvenilir olduğu söylenebilmektedir.

Yukarıda bahsedilen güvenilirlik test sonuçları tüm ölçek, algı ölçeği ve beş boyut belirtilerek Tablo 11’de gösterilmiştir.

Tablo 11. Algı ölçeğine ait güvenilirlik analiz test sonuçları

Tüm Ölçek		Algı Ölçeği		Eko-Fiziksel Özellikler		Güvenilirlik		Heveslilik/Duyarlılık		Güvence		Empati	
α	n	α	n	α	n	α	n	α	n	α	n	α	n
0.951	36	0.950	18	0.832	4	0.901	3	0.872	4	0.867	4	0.799	3

4.5.5.ECOSERV Analiz Sonuçları Ve 5’li Likert Ölçeğinde Ecoserv Skorlarının Yorumlanması

Beklenti ile algı arasındaki fark hizmetin kalitesini belirlemektedir. Dolayısıyla katılımcıların beklenti ve algı sorularına vermiş oldukları cevaplar arasındaki farkın hesaplanması aynı zamanda bekledikleri hizmetin kalitesinin hangi düzeyde karşılandığını da ifade edecektir. Sunulan hizmetin kalitesinin belirlenebilmesi amacıyla araştırmada 5’li Likert tipi ölçek kullanılmıştır. ECOSERV puanı ankette kullanılan beklenti puanları ile algı puanları arasındaki farkın bir sonucu olduğundan, -5 ile +5 arasında değişim gösteren bir değer olacaktır. Bu aralıkta belirtilen fark puanının “0” “a” eşit ve üzerinde olması durumunda beklentilerin karşılandığı söylenebilmektedir.

Bu kapsamda anket verilerinin skor analizlerinin hesaplanabilmesi amacıyla istatistik paket programı kullanılarak aşağıda belirtilen formüller çerçevesinde sonuçlar yorumlanmıştır (Yalkın, 2010; Akdu, 2014).

Formüller:

Her İfade İçin Fark Puanının Hesaplanması: $P_n = A_n - B_n$

P_n = Belirtilen ifade için elde edilen fark puanı

A_n = Belirtilen ifadenin algı puanı

B_n = Belirtilen ifadenin beklenti puanı

Boyutlar Bazında ECOSERV skor puanlarının hesaplanmasına ilişkin formüller:

Fiziksel Özellikler Boyutuna İlişkin Ecoserv Puanı'nın Hesaplanması

$$ECO_1 = [(A_1 + A_2 + A_3 + A_4) - (B_1 + B_2 + B_3 + B_4)]/4$$

Güvenilirlik Boyutuna İlişkin Ecoserv Puanı'nın Hesaplanması

$$ECO_2 = [(A_8 + A_9 + A_{10}) - (B_8 + B_9 + B_{10})]/3 \quad (\text{Eşitlik 3})$$

Heveslilik/Duyarlılık Boyutuna İlişkin Ecoserv Puanı'nın Hesaplanması

$$ECO_3 = [(A_{12} + A_{13} + A_{14} + A_{15}) - (B_{12} + B_{13} + B_{14} + B_{15})]/4 \quad (\text{Eşitlik 4})$$

Güvence Boyutuna İlişkin Ecoserv Puanı'nın Hesaplanması

$$ECO_4 = [(A_{16} + A_{17} + A_{18} + A_{19}) - (B_{16} + B_{17} + B_{18} + B_{19})]/4 \quad (\text{Eşitlik 5})$$

Empati Boyutuna İlişkin Ecoserv Puanı'nın Hesaplanması

$$ECO_5 = [(A_{20} + A_{22} + A_{24}) - (B_{20} + B_{22} + B_{24})]/3 \quad (\text{Eşitlik 6})$$

Eşit Ağırlıklı Ecoserv Puanı'nın Hesaplanması

$$ECOEA = (ECO_1 + ECO_2 + ECO_3 + ECO_4 + ECO_5)/5$$

Tablo 12. Beklenti ifadelerinin dağılımı

İfadeler (Beklenti)	n	Ortalama	Boyut Bazında Ort.	Std. Sapma	En Düşük	En Yüksek
BFÖ1	400	4.570	4.5725	0.7626	1	5
BFÖ2	400	4.678		0.6438	2	5

Tablo 12. (Devamı)

İfadeler (Beklenti)	n	Ortalama	Boyut Bazında Ort.	Std. Sapma	En Düşük	En Yüksek
BFÖ3	400	4.558	4.5725	0.7403	2	5
BFÖ4	400	4.485		0.7657	2	5
BGK8	400	4.673		0.6334	2	5
BGK9	400	4.473	4.5833	0.7075	3	5
BGK10	400	4.605		0.6403	2	5
BHD12	400	4.570		0.6566	3	5
BHD13	400	4.628	4.5688	0.6121	3	5
BHD14	400	4.648		0.6239	3	5
BHD15	400	4.430		0.7593	2	5
BGÜ16	400	4.660	4.6700	0.6288	2	5
BGÜ17	400	4.683		0.6424	2	5
BGÜ18	400	4.678		0.6037	3	5
BGÜ19	400	4.660		0.6208	2	5
BE20	400	4.535	4.4758	0.7417	2	5
BE22	400	4.315		0.8292	2	5
BE24	400	4.578		0.6966	2	5

Tablo 12'ye bakıldığında, (BGÜ17) 4.683 beklenti puanı en yüksek “Ekoturizm İşletmesinin müşterileri, hizmete ilişkin konularda kendini güvende hissetmelidir” ifadesi olduğu görülmektedir. Boyutsal anlamda bakıldığında ise katılımcıların en yüksek düzeyde beklenti içerisinde olduğu boyut 4.67 puan ortalaması ile güvence boyutu olduğu, en düşük beklenti içerisinde olduğu boyutun ise 4.4758 puan ortalaması ile empati boyutu olduğu görülmektedir.

Tablo 13. Algı ifadelerinin dağılımı

İfadeler (Beklenti)	n	Ortalama	Boyut Bazında Ort.	Std. Sapma	En Düşük	En Yüksek
AFÖ1	400	3.618	3.5719	0.4866	3.0	4.0
AFÖ2	400	3.595		0.4915	3.0	4.0
AFÖ3	400	3.545		0.4986	3.0	4.0
AFÖ4	400	3.530		0.4997	3.0	4.0
AGK8	400	3.613	3.6208	0.6697	2.0	5.0
AGK9	400	3.630		0.6197	2.0	4.0
AGK10	400	3.620		0.6095	2.0	4.0
AHD12	400	3.428	3.5869	0.5963	2.0	4.0
AHD13	400	3.695		0.4717	3.0	5.0
AHD14	400	3.653		0.5810	2.0	5.0
AHD15	400	3.573		0.6129	2.0	5.0
AGÜ16	400	3.648	3.6300	0.4836	3.0	5.0
AGÜ17	400	3.655		0.4760	3.0	4.0
AGÜ18	400	3.720		0.4606	3.0	5.0
AGÜ19	400	3.498		0.5006	3.0	4.0

Tablo 13. (Devamı)

İfadeler (Beklenti)	n	Ortalama	Boyut Bazında Ort.	Std. Sapma	En Düşük	En Yüksek
AE20	400	3.568	3.6058	0.5396	2.0	5.0
AE22	400	3.658		0.4958	3.0	5.0
AE24	400	3.593		0.5070	2.0	4.0

Tablo 13'e bakıldığında (AGÜ18) 3.72 beklenti puanı en yüksek "Ekoturizm İşletmesinin çalışanı, sürekli olarak müşterilere karşı saygılı ve kibardır" ifadesi olduğu görülmektedir. Boyutsal anlamda bakıldığında ise katılımcıların en yüksek düzeydeki algı kalitesine sahip boyutun 3.63 puan ortalaması ile güvence boyutu olduğu, en düşük düzeydeki algı kalitesine sahip boyutun ise 3.5719 puan ortalaması ile eko-fiziksel özellikler boyutu olduğu görülmektedir.

Tablo 14. ECOSERV ölçeği soru ortalamalarına ilişkin ortalamalar ve boşluklar

Boyutlar	İfadeler (Anket Soruları)	Beklenti Puanları Ortalaması 1 (ECOB)	Algılama Puanları Ortalaması (EOCA)	Fark Puanları (Boşluklar) (EOCA-ECOB)	Boyutlar Bazında Ecoserv Puanları (Boşluklar)	Eşit Ağırlıklı Servqual Puanı (ECOEA)
Fiziksel Özellikler	FÖ1	4.570	3.618	-0.952	-1.0001	-0.970
	FÖ2	4.678	3.595	-1.083		
	FÖ3	4.558	3.545	-1.013		
	FÖ4	4.485	3.530	-0.955		
Güvenilirlik	GK8	4.673	3.613	-1.060	-0.963	
	GK9	4.473	3.630	-0.843		
	GK10	4.605	3.620	-0.985		
Heslilik/Duyarlılık	HD12	4.570	3.428	-1.142	-0.982	
	HD13	4.628	3.695	-0.933		
	HD14	4.648	3.653	-0.995		
	HD15	4.430	3.573	-0.857		
Güvence	GÜ16	4.660	3.648	-1.012	-1.040	
	GÜ17	4.683	3.655	-1.028		
	GÜ18	4.678	3.720	-0.958		
	GÜ19	4.660	3.498	-1.162		
Empati	E20	4.535	3.568	-0.967	-0.870	
	E22	4.315	3.658	-0.657		
	E24	4.578	3.593	-0.985		

Tablo 14'e baktığımızda, ekoturizm kapsamında Gümüşhane Zigana Dağı ve Limni Gölü' nü ziyaret eden müşterilerin en yüksek düzeyde beklenti ortalaması 4.683 ile "Güvence" boyutudur. Bu boyutta en yüksek beklentinin olduğu önerme ise "Ekoturizm İşletmesinin müşterileri, hizmete ilişkin konularda kendini güvende hissetmelidir" önermesidir. Genel olarak yapılacak olan bir değerlendirmede ise en

yüksek iki cevap “Güvence” boyutunda yer almaktadır. Ziyaretçiler tarafından bu boyuttaki beklentinin yüksek olmasının nedeni ise turistlerce destinasyonlara yapılması düşünülen ziyaretlerin belirli bir güven duygusu temelinde gerçekleştirme isteklerinin bir sonucu olduğu düşünülmektedir.

Beklentilerden en düşük puan ortalama ise 4.315 puan ortalaması ile “Empati” boyutundan “Ekoturizm işletmesi, müşterilerinin çıkarları ile candan ilgilenmektedir.” sorusu iken ikinci en düşük puan ortalaması 4.430 ile “Heveslilik/Duyarlılık” boyutunda “Ekoturizm işletmesi çalışanı, asla müşterilerinin acil ihtiyaçlarına yanıt veremeyecek kadar meşgul değildir.” sorusudur. Genel olarak beklenti puan ortalamaları 5’ li likert tipi ölçek kapsamında bakıldığında ziyaretçilerin ekoturizm alanlarındaki hizmetten beklentilerinin yüksek olduğunu ifade etmek mümkündür.

Algı sorularına ilişkin boyut ortalamaları incelendiğinde ise en yüksek ortalamanın 3.72 ile “Güvence” boyutundaki “Ekoturizm İşletmesinin çalışanı, sürekli olarak müşterilere karşı saygılı ve kibardır” soru olduğu, en düşük 3.428 puan ortalaması ile “Heveslilik/Duyarlılık” boyutundaki “Ekoturizm işletmesinin çalışanı, müşterilerine tam olarak hizmetin ne zaman yerine getirileceğini söylemektedir.” sorusudur.

Genel anlamda algı puanlarının değerlendirilmesi neticesinde sunulan hizmetin güvence boyutundan algıladıkları kalitenin en yüksek olduğu, eko-fiziksel özellik ve heveslilik/duyarlılık boyutlarında ise diğer boyutlara nazaran algı kalitelerinin daha düşük olduğu ifade edilebilir. Özellikle en düşük boyut olarak eko-fiziksel özellikler boyutunun ön planda olması, ilgili alanları ziyaret eden turistlerin ekoturizm faaliyetinin doğal bir sonucu olarak ziyaretlerini gerçekleştirmeleri ve doğal alanların bulunduğu yeri yansıtması ve korunması beklentilerinin yüksek olmasından kaynaklandığı söylenebilmektedir. Ayrıca çalışmanın yapıldığı ekoturizm destinasyonunda Gümüşhane Zigana Dağı ve Limni Gölü bölgesinin boyutlar bazında hangi beklentiye ne düzeyde karşıladığının tespit edilebilmesi amacıyla da ölçeğe ilişkin fark puanlarının hesaplanması gerekmektedir.

Tablo 14’te belirtilen fark puanı verilerine bakıldığında, en düşük -0.657 puan ortalaması ile Empati boyutundaki “Ekoturizm işletmesi, müşterilerinin çıkarları ile candan ilgilenmektedir” önermesi ve -0.843 fark puanı ile “Güvenilirlik” boyutundaki “Ekoturizm işletmesi, doğru hizmeti, ilk seferde tam olarak yerine getirmelidir” ifadesi olduğu tespit edilmiştir. Bu ifadelerin fark puan ortalamaları değerlendirildiğinde beklenti ve algı arasındaki fark puan ortalamasının düşük olmasının, ekoturizm destinasyonunu ziyaret eden müşterilerin empati ve güvenilirlik boyutlarında belirtilen

ifadeler kapsamındaki beklentilerinin belirli bir düzeyde karşılanması bir sonucu olduğu düşünülmektedir.

Ecoserv fark puan ortalamalarından en yüksek olanı -1.162 puan ortalaması ile “Güvence” boyutundaki “Ekoturizm işletmesinin çalışanı, müşterilerin sorunlarını cevaplamak için yeterli bilgiye sahiptir.” soru olduğu ve beklentinin yüksek algının ise düşük olmasının bir sonucu olarak bu değerin karşımıza çıktığı söylenebilmektedir.

Yapılacak değerlendirmede beklenti ile algı arasındaki fark ne kadar (0) değerine yakın ise hizmetten beklentilerinde o derece karşılandığı anlamı çıkmaktadır. Tablo 14’ de bulunan sonuçlara baktığımızda, eşit ağırlıklı ecoserv puanının -0.970 olduğu, boyutlar bazında fark puan boşluklarından (0) en uzak olanı -1.040 puan ortalaması ile “Güvence” boyutu iken, (0) en yakın olanı -0.870 puan ortalaması ile “Empati” boyutu olduğu görülmektedir. Dolayısıyla müşterilerin hizmet kalitesi beklentilerini karşılamaya en yakın boyutun “Empati” boyutu olduğu, beklentileri karşılamaktan en uzak olan boyutun ise “Güvence” boyutu olduğu söylenebilmektedir. Beklentilerin karşılanma noktasında boyutlar arasında bir sıralama yapacak olursak “Empati”, “Güvenilirlik”, Heveslilik/Duyarlılık”, “Eko-Fiziksel Özellikler” ve “Güvence” boyutu olarak sıralanmaktadır.

4.5.6.Cinsiyet, Yaş ve Eğitim Durumunun Algılanan Hizmet Kalitesi Açısından Değerlendirilmesi

Çalışmanın bu bölümünde demografik veriler ile boyutlar arasındaki bağlantı incelenmeye çalışılmıştır. Burada ANOVA ve t-testi kullanılmıştır. Ayrıca gruplar arasındaki anlamlılığın etki büyüklüğünü tespit edebilmek amacıyla çalışmada eta-kare (η^2) değerleri hesaplanmıştır.

Tablo 15. Hizmet kalitesi algısına ait boyutlar ve cinsiyete ilişkin T-Testi sonuçları

Boyutlar	Cinsiyet	N	Ort.	t	SD	P	(Eta-Kare) (η^2)
Eko-Fiziksel Özellikler	Erkek	158	3.5443	-1.106	398	0.269	-
	Kadın	242	3.5899	-1.113	342.642	0.266	-
Güvenilirlik	Erkek	158	3.5485	-2.026	398	0.043	.010
	Kadın	242	3.6680	-1.930	280.726	0.049	
Heveslilik/Duyarlılık	Erkek	158	3.5206	-2.230	398	0.026	0.012
	Kadın	242	3.6302	-2.134	285.699	0.034	
Güvence	Erkek	158	3.5949	-1.396	398	0.163	-
	Kadın	242	3.6529	-1.385	326.424	0.167	-
Empati	Erkek	158	3.5759	-1.112	398	0.267	-
	Kadın	242	3.6253	-1.069	290.934	0.286	-
Sonuç	EH ₁ (Algılanan hizmet kalitesi katılımcıların cinsiyetine göre anlamlı farklılık göstermektedir.) kısmen kabul edilmiştir.						

Tablo 15’te bulunan t-testi sonuçları boyutlar bazında değerlendirildiğinde kadınların hizmet kalitesi algılarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Güvenilirlik ve heveslilik/duyarlılık boyutunda anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Buna göre katılımcıların cinsiyetleri ile güvenilirlik ve heveslilik/duyarlılık boyutlarında anlamlı farklılıkların olduğu söylenebilir. Ayrıca anlamlı farklılık olan bu boyutların eta kare değerlerine baktığımızda ise güvenilirlik boyutunda $\eta^2=0.010$, heveslilik/duyarlılık boyutunda ise $\eta^2 = 0.012$ değerleri bulunmuştur. Bu veriler çerçevesinde en büyük etkinin heveslilik/duyarlılık boyutunda olduğu ve düşük düzeyde etki derecesine sahip olduğu söylenebilir. Bu kapsamda EH₁ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 16. Hizmet kalitesi algısına ait boyutlar ve yaşlara ilişkin ANOVA test sonuçları

Boyutlar		Kareler Toplamı	S.D	Kareler Ort.	F	p	η ²
Eko- Fiziksel Özellikler ECO ₁	Gruplar Arası	1.881	2	0.940	5.938	0.003	0.029
	Gruplar İçi	62.865	397	0.158			
	Toplam	64.746	399				
Güvenirlilik ECO ₂	Gruplar Arası	4.264	2	2.132	6.538	0.002	0.032
	Gruplar İçi	129.452	397	0.326			
	Toplam	133.715	399				
Heveslilik/ Duyarlılık ECO ₃	Gruplar Arası	5.102	2	2.551	11.517	0.000	0.055
	Gruplar İçi	87.941	397	0.222			
	Toplam	93.044	399				
Güvence ECO ₄	Gruplar Arası	2.967	2	1.484	9.365	0.000	0.045
	Gruplar İçi	62.898	397	0.158			
	Toplam	65.865	399				
Empati ECO ₅	Gruplar Arası	2.659	2	1.330	7.267	0.001	0.035
	Gruplar İçi	72.638	397	0.183			
	Toplam	75.298	399	0.940			
Sonuç	EH ₂ (Algılanan hizmet kalitesi katılımcıların yaşlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.) kabul edilmiştir.						

Tablo 16’da boyutlar bazında katılımcıların yaşları ile ilgili ilişki durumuna bakıldığında, anlamlılık değerlerinin $p<0.05$ değerinin altında olması sebebiyle tüm boyutlarda anlamlı farklılıkların olduğu söylenebilir. Eta-kare değerleri incelendiğinde ise eko-fiziksel özellikler boyutunda 0.029, güvenilirlik boyutunda 0.032, Heveslilik/duyarlılık boyutunda 0.055, güvence boyutunda 0.045 ve empati boyutunda 0.035 değerleri karşımıza çıkmaktadır. Tespit edilen bu sonuç verileri ışığında tüm algı boyutlarında (*ECO₁, ECO₂, ECO₃, ECO₄, ECO₅*) düşük etki düzeyine sahip olduğu gözükmemektedir. Bu kapsamda EH₂ hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 16’da belirtilen değerlerden anlamlı farklılığın hangi yaş grupları arasında olduğunun tespit edilebilmesi amacıyla Tukey testi uygulanmıştır. Tukey testi (bkknz.

Ek-4) sonuçlarına baktığımızda farklılığın ECO₁ (Eko-Fiziksel Özellikler) boyutu, ECO₂ (Güvenilirlik) boyutu, ECO₃ (Heveslilik/Duyarlılık) boyutu, ECO₄ (Güvence) boyutunda 18-28 ile 29-39 yaş grubu ve 18-28 ile 40 ve üzeri yaş grubu arasında olduğu, sadece ECO₅ (Empati) boyutunda bu anlamlılığın 18-28 ile 29-39 yaş grubu görülmektedir. Burada eko-fiziksel özellikler boyutunda 18-28 yaş aralığı ile 29-39 yaş aralığındaki ortalama değer 0.134, Güvenilirlik boyutu 18-28 yaş aralığı ile 29-39 yaş aralığındaki ortalama değer 0.214, Heveslilik/Duyarlılık boyutunda 18-28 yaş aralığı ile 29-39 yaş aralığındaki ortalama değer 0.250, Güvence boyutunda 18-28 yaş aralığı ile 29-39 yaş aralığındaki ortalama değer 0.180 ve Empati boyutunda 18-28 yaş aralığı ile 29-39 yaş aralığındaki ortalama değer 0.186 olarak bulunmuştur. Yine eko-fiziksel özellikler boyutunda 18-28 yaş aralığı ile 40 ve üzeri yaş aralığındaki ortalama değer 0.147, Güvenilirlik boyutu 18-28 yaş aralığı ile 40 ve üzeri yaş aralığındaki ortalama değer 0.199, Heveslilik/Duyarlılık boyutunda 18-28 yaş aralığı ile 40 ve üzeri yaş aralığındaki ortalama değer 0.171, Güvence boyutunda 18-28 yaş aralığı ile 40 ve üzeri yaş aralığındaki ortalama değer 0.163 olarak tespit edilmiştir.

Bu değerler boyutlar itibari ile yaş guruplarından 18-28 yaş aralığının, 29-39 yaş aralığına ile 40 ve üstü yaş aralığına göre empati boyutu hariç diğer tüm boyutlara daha fazla önem verdikleri ifade edilebilmektedir. Diğer yaş aralığı gurupları değerlendirildiğinde guruplar arasında herhangi bir anlamlı farklılık tespit edilememiştir.

Tablo 17. Hizmet kalitesi algısına ait boyutlar ve eğitim durumuna ilişkin ANOVA test sonuçları

Boyutlar		Kareler Toplamı	S.D	Kareler Ort.	F	p	η2
Fiziksel Özellikler ECO ₁	Gruplar Arası	3.256	4	0.814	5.229	0.000	0.050
	Gruplar İçi	61.490	395	0.156			
	Toplam	64.746	399				
Güvenirlik ECO ₂	Gruplar Arası	4.287	4	1.072	3.271	0.012	0.032
	Gruplar İçi	129.429	395	0.328			
	Toplam	133.715	399				
Heveslilik/ Duyarlılık ECO ₃	Gruplar Arası	5.685	4	1.421	6.427	0.000	0.061
	Gruplar İçi	87.358	395	0.221			
	Toplam	93.044	399				
Güvence ECO ₄	Gruplar Arası	4.030	4	1.007	6.435	0.000	0.061
	Gruplar İçi	61.835	395	0.157			
	Toplam	65.865	399				
Empati ECO ₅	Gruplar Arası	3.398	4	.849	4.667	.001	.045
	Gruplar İçi	71.900	395	.182			
	Toplam	75.298	399	.814			
Sonuç	EH ₃ (Algılanan hizmet kalitesi katılımcıların eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.) kabul edilmiştir.						

Tablo 17’de boyutlar bazında katılımcıların eğitim durumları ile ilgili ilişki durumuna bakıldığında, tüm boyutlarda verilerin $p < 0.05$ değerinden küçük olması sebebiyle anlamlı farklılık olduğu söylenebilir. Eta kare değerleri incelendiğinde ise fiziksel özellikler boyutunda 0.050, güvenilirlik boyutunda 0.032, Heveslilik/duyarlılık boyutunda 0,061, güvence boyutunda 0.061 ve empati boyutunda 0.045 değerleri karşımıza çıkmaktadır. Tespit edilen bu sonuç verileri ışığında Heveslilik/Duyarlılık (ECO_3) ve Güvence (ECO_4) boyutlarında etki derecesinin orta düzeyde olduğu, diğer tüm algı boyutlarında (ECO_1 , ECO_2 , ECO_5) düşük etki düzeyine sahip olduğu gözükmemektedir. Bu kapsamda EH_3 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 17’de belirtilen değerlerden anlamlı farklılığın hangi eğitim sınıfları arasında olduğunun tespit edilebilmesi amacıyla Tukey testi uygulanmıştır. Tukey testi (bkknz. Ek-4) sonuçlarındaki ortalama değerlere bakıldığında ECO_1 (Eko-Fiziksel Özellikler) İlköğretim eğitim düzeyinde Lisansüstü eğitim düzeyine göre ortalama değerin 0.469, Ön Lisans eğitim düzeyinde Lisansüstü eğitim düzeyine göre ortalama değerin 0.219 olduğu tespit edilmiştir. ECO_2 (Güvenilirlik) boyutunda sadece Ön Lisans ile Lisansüstü arasında bir anlamlı farklılık çıkmıştır. Bu boyutta ortalama değer ise 0.264 olarak bulunmuştur. ECO_3 (Heveslilik/Duyarlılık) boyutunda ise Ön Lisans ile Lisans ve Lisansüstü arasından bir anlamlı farklılık bulunmuş olup, bu ortalama değerler sırası ile 0.170 ve 0.319 olarak karşımıza çıkmaktadır. ECO_4 (Güvence) boyutuna baktığımızda ise Ön Lisans ile Lisans ve Lisansüstü arasından bir anlamlı farklılıktan söz edilebilirken, bu ortalama değerler sırası ile 0.158 ve 0.258 olarak tespit edilmiştir. Son olarak ECO_5 (Empati) boyutuna baktığımızda Ön Lisans ile Lisansüstü arasında bir anlamlı farklılığın var olduğu ve ortalama değerlerin 0.228 olduğu gözükmemektedir.

Yukarıda bahsedilen sonuç verileri ışığında eko-fiziksel özellikler boyutunda ilköğretim eğitim düzeyine sahip katılımcıların Lisansüstü eğitim düzeyine sahip katılımcılardan, güvenilirlik ve empati boyutlarında Ön Lisans eğitim düzeyine sahip katılımcıların Lisansüstü eğitim düzeyine sahip katılımcılardan ve heveslilik/duyarlılık ile güvence boyutlarında Ön Lisans eğitim düzeyine sahip katılımcıların Lisans ve Lisansüstü eğitim düzeyine sahip katılımcılardan bu boyutlara daha fazla önem verdikleri söylemek mümkündür.

4.5.7. Hipotezleri İlişkin Regresyon Test Sonuçları

Regresyon analizi basit ve çoklu regresyon analizi olmak üzere ikiye ayrılmakta olup, amaç bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni nasıl ve hangi yönde etkilediğinin

tespit edilmesidir. Basit regresyon analizinde bir bağımsız değişkenin etkisi hesaplanırken, çoklu regresyon analizinde birden çok bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi hesaplanmaktadır. Beta katsayısı olarak ifade edilen bu değer yönü (+) ya da (-) olabilir. (Kılıç, 2013; Kozak,2015).

Regresyon değerlerinin negatif çıkması, etki açısından bağımsız değişken azaldığı durumda bağımlı değişken artması anlamına geldiği söylenmektedir. Regresyon analizi, değişkenlerden istatistiksel olarak anlamlı çıkanlar üzerinde gerçekleştirilmektedir (Öktem,2020). İstatistik anlamlılık (p) değeri ile gösterilir. Bu değer, yapılacak test sonucunda anlamlılığın var olduğunun söylenebileceği durumdaki kararın hata olasılığını göstermektedir. Dolayısıyla p anlamlılık değeri; etki yüksek < 0.001, etki orta < 0.01, etki düşük < 0.05 olarak yorumlanabilmektedir (Kul, 2014; Öktem, 2020)

ECOSERV hizmet kalitesi ölçüm modeli kullanılarak elde edilen verilerin normal bir dağılım gerçekleştirdiği tespiti sonrasında, oluşturulan hipotezler çerçevesinde bağımsız boyut değişkenlerinin algılanan hizmet kalitesi bağımlı değişkenine etki sonuçları aşağıdaki tablolarda tek tek gösterilmiştir.

Tablo 18. Eko-Fiziksel özellikler boyutunun AHK üzerine etkisi

Model	Değişkenler	B	Std. Hata	β	Düzeltilmiş R^2	P	t
1	Sabit	1.117	0.124		0.504	0.000	8.979
	Eko- Fiziksel Özellikler	0.696	0.035	0.710			20.098

Tablo 18 “Eko-Fiziksel Özellikler” boyutunun AHK’ ya (Algılanan Hizmet Kalitesi) etkisine ait regresyon sonuçlarını göstermektedir. Sonuçlara baktığımızda algılanan hizmet kalitesine ilişkin varyansın %50 olduğu ve “Eko-Fiziksel Özellikler” boyutunun algılanan hizmet kalitesini olumlu yönde (B=0.696; p=0.000) etkilediği sonucuna varılmaktadır. Diğer bir ifade ile algılanan hizmet kalitesinin artmasına Eko-Fiziksel Özellikler” boyutunun %50 oranında etki ettiği anlamını da taşımaktadır. Bu sonuçlar H₁ hipotezinin (Fiziksel özellikler boyutu Algılan Hizmet Kalitesini olumlu yönde etkiler.) kabul edilebileceğini ifade etmektedir.

Tablo 19. Güvenilirlik boyutunun AHK üzerine etkisi

Model	Değişkenler	B	Std. Hata	β	Düzeltilmiş R^2	P	t
1	Sabit	1.416	0.058		0.784	0.000	24.280
	Güvenilirlik	0.604	0.016	0.885			37.974

Tablo 19 “Güvenilirlik” boyutunun AHK’ ya (Algılanan Hizmet Kalitesi) etkisine ait regresyon sonuçlarını göstermektedir. Sonuçlara baktığımızda algılanan hizmet kalitesine ilişkin varyansın %78 olduğu ve “Güvenilirlik” boyutunun algılanan hizmet kalitesini olumlu yönde (B=0.604; p=0.000) etkilediği sonucuna varılmaktadır. Diğer bir ifade ile algılanan hizmet kalitesinin artmasına “Güvenilirlik” boyutunun %78 oranında etki ettiği anlamını da taşımaktadır. Bu sonuçlar H₂ hipotezinin(Güvenilirlik boyutu Algılanan Hizmet Kalitesini olumlu yönde etkiler.) kabul edilebileceğini ifade etmektedir.

Tablo 20. Heveslilik/ Duyarlılık boyutunun AHK üzerine etkisi

Model	Değişkenler	B	Std. Hata	β	Düzeltilmiş R ²	P	t
1	Sabit	0.864	0.053		0.871	0.000	16.240
	Heveslilik/ Duyarlılık	0.763	0.015	0.933			51.899

Tablo 20 “Heveslilik/ Duyarlılık” boyutunun AHK’ya (Algılanan Hizmet Kalitesi) etkisine ait regresyon sonuçlarını göstermektedir. Sonuçlara baktığımızda algılanan hizmet kalitesine ilişkin varyansın %87 olduğu ve “Heveslilik/ Duyarlılık” boyutunun algılanan hizmet kalitesini olumlu yönde (B=0.763; p=0.000) etkilediği sonucuna varılmaktadır. Diğer bir ifade ile algılanan hizmet kalitesinin artmasına “Heveslilik/ Duyarlılık” boyutunun %87 oranında etki ettiği anlamını da taşımaktadır. Bu sonuçlar H₃ hipotezinin (Heveslilik/Duyarlılık boyutu Algılanan Hizmet Kalitesini olumlu yönde etkiler.) kabul edilebileceğini ifade etmektedir.

Tablo 21. Güvence boyutunun AHK üzerine etkisi

Model	Değişkenler	B	Std. Hata	β	Düzeltilmiş R ²	P	t
1	Sabit	0.355	0.070		0.847	0.000	5.105
	Güvence	0.894	0.019	0.920			46.925

Tablo 21 “Güvence” boyutunun AHK’ya (Algılanan Hizmet Kalitesi) etkisine ait regresyon sonuçlarını göstermektedir. Sonuçlara baktığımızda algılanan hizmet kalitesine ilişkin varyansın %84 olduğu ve “Güvence” boyutunun algılanan hizmet kalitesini olum yönde (B=0.894; p=0.000) etkilediği sonucuna varılmaktadır. Diğer bir ifade ile algılanan hizmet kalitesinin artmasına “Güvence” boyutunun %84 oranında etki ettiği anlamını da taşımaktadır. Bu sonuçlar H₄ hipotezinin (Güvence boyutu Algılanan Hizmet Kalitesini olumlu yönde etkiler.) kabul edilebileceğini ifade etmektedir.

Tablo 22. Empati boyutunun AHK üzerine etkisi

Model	Değişkenler	B	Std. Hata	β	Düzeltilmiş R^2	P	t
1	Sabit	.766	.083		.749	0.000	9.235
	Empati	.786	.023	.865			34.439

Tablo 22 “Empati” boyutunun AHK’ya (Algılanan Hizmet Kalitesi) etkisine ait regresyon sonuçlarını göstermektedir. Sonuçlara baktığımızda algılanan hizmet kalitesine ilişkin varyansın %74 olduğu ve “Güvence” boyutunun algılanan hizmet kalitesini olumlu yönde ($B=0.786$; $p=0.000$) etkilediği sonucuna varılmaktadır. Diğer bir ifade ile algılanan hizmet kalitesinin artmasına “Empati” boyutunun %74 oranında etki ettiği anlamını da taşımaktadır. Bu sonuçlar H_5 hipotezinin (Empati boyutu Algılanan Hizmet Kalitesini olumlu yönde etkiler.) kabul edilebileceğini ifade etmektedir.

Tablo 23. Araştırma modeline ait hipotez sonuçları

HİPOTEZLER	SONUÇ
H_1 : Fiziksel özellikler boyutu Algılanan Hizmet Kalitesini olumlu yönde etkiler.	KABUL
H_2 :Güvenilirlik boyutu Algılanan Hizmet Kalitesini olumlu yönde etkiler.	KABUL
H_3 :Heveslilik/Duyarlılık boyutu Algılanan Hizmet Kalitesini olumlu yönde etkiler.	KABUL
H_4 : Güvence boyutu Algılanan Hizmet Kalitesini olumlu yönde etkiler.	KABUL
H_5 : Empati boyutu Algılanan Hizmet Kalitesini olumlu yönde etkiler.	KABUL

Tablo 24. Ecoserv modeline ait hipotez sonuçları

HİPOTEZLER	SONUÇ
EH₁ : Algılanan hizmet kalitesi katılımcıların cinsiyetine göre anlamlı farklılık göstermektedir.	KISMEN KABUL
EH₂ : Algılanan hizmet kalitesi katılımcıların yaşlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.	KABUL
EH₃ : Algılanan hizmet kalitesi katılımcıların eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.	KABUL

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Teknolojinin hızla gelişmesi ile birlikte insanlar artık ulaşmak istedikleri yerlere daha hızlı ve güvenli bir şekilde ulaşabilmekte, farklı ülkeleri keşfedebilmekte ve tatil yapma fırsatını yakalayabilmektedir. Dinlenme, tanıma ve alternatif tedavi yöntemlerine yönelme gibi faaliyetler çerçevesinde gerçekleştirilen etkinlikler ülkeler ve ülke içinde gelişmişlik düzeyi düşük olan kırsal alanların kalkınmasında önemli bir yere sahiptir. Rekabetin yoğun olduğu günümüzde Türkiye’yi ziyaret eden turist kitlesinde meydana gelecek bir artışın, elde edilen gelire yapacağı pozitif etki sonucunda istihdam kapasitesinin artacağı bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla Türkiye’de, alternatif turizm kapsamında ekoturizm faaliyeti gerçekleştiren kamu ve özel sektörler kuruluşlarınca hizmet kalitesinin artırılması yönünde yapılacak çalışmaların, sürdürülebilir turizm politikasının yanında, istihdam ve rekabet avantajı da sağlayacağı açıkça gözükmemektedir.

Hizmet sektörünün yukarıda bahsedilen pozitif etkilerinin yanı sıra hizmet kavramının soyut olması, üretildikleri anda tüketilmesi ile yiyecek, içecek, ulaşım ve sağlık gibi birden fazla sektör içerisinde var olmasından ötürü hizmet kalitesinin ölçülebilmesi için araştırmacılar tarafından bir takım ölçekler geliştirilmiştir. Araştırmada, SERVQUAL hizmet kalitesi ölçeğinden uyarlanan ECOSERV hizmet kalitesi ölçüm modeli kullanılmıştır.

Araştırma sonucunda, katılımcıların boyutlar bazında algıladıkları hizmet kalitesi ile cinsiyeti arasında Güvenilirlik ve heveslilik/duyarlılık boyutlarında anlamlı bir farklılığın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yaş ile ilgili demografik veriler incelendiğinde, algılanan hizmet kalitesi boyutları ile anlamlı bir farklılığın olduğu tespit yapılmıştır. Anlamlılığın hangi boyutlarda hangi yaş aralığında olduğunun tespit edilebilmesi amacıyla Tukey testi uygulanmış ve tüm boyutlarda yaş guruplarından 18-28 yaş aralığının, 29-39 yaş aralığına ile 40 ve üstü yaş aralığına göre empati boyutu hariç anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Eğitim durumlarına ilişkin veriler değerlendirildiğinde eko-fiziksel özellikler boyutunda ilköğretim eğitim düzeyi ile Lisansüstü eğitim düzeyi arasında, güvenilirlik ve empati boyutlarında Ön Lisans eğitim düzeyi ile Lisansüstü eğitim düzeyi arasında, heveslilik/duyarlılık ile güvence boyutlarında Ön Lisans eğitim düzeyi ile Lisans ve Lisansüstü eğitim düzeyi arasında ve “Empati” boyutunda Ön Lisans ile Lisansüstü arasında anlamlı farklılıklar olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Beklenti ve algı fark puanlarına baktığımızda -0.657 puan ortalaması ile en düşük Empati boyutu, -0.843 fark puanı ile “Güvenilirlik” boyutu olduğu tespit edilmiştir. En yüksek fark puan sonucu ise -1.162 ile “Güvence” boyutu olduğu görülmektedir. Boyutlar bazında ECOSERV fark puan sonuçları değerlendirildiğinde beklentiyi karşılamaktan en uzak boyutun -1.040 puan ortalaması ile “Güvence” boyutu olduğu, beklentiyi karşılamaya en yakın boyutun “Empati” boyutu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Beklentileri karşılanmaya en yakın boyut olan “Empati” boyutunu sırasıyla “Güvenilirlik”, “Heveslilik/Duyarlılık”, “Eko-Fiziksel Özellikler” ve “Güvence” boyutlarının takip ettiği söylenebilir. Bu bilgileri ışığında işletme sahiplerinin beklentileri karşılamaya en uzak boyut olan güvence boyutunda hizmet kalitesini artırabilmesi için müşterilere karşı nezaket kurallarına daha fazla dikkat etmesi, müşterin hizmete ilişkin konularda kendilerini güvende hissetmelerini sağlaması ve müşterinin sorunlarını cevaplayabilecek yeterli bilgili personel bulundurmaya özen göstermesi gerektiği söylenebilmektedir.

Ekoturizm ile ilgili benzer araştırmalar incelendiğinde bu araştırmalara benzer sonuçlara ulaşılan araştırmalar görülmektedir. Demirbulat (2019) tarafından yapılan araştırmada demografik özellikleri ile algılanan hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki olduğu ifade edilmiştir (Demirbulat, 2019). Ünüvar ve Aydın (2017) tarafından yapılan bir araştırmada tüm boyutların hizmet kalitesini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Ünüvar ve Aydın, 2017). Sarıışık ve Dikkaya (2015) tarafından yapılan bir araştırmada konaklama hizmeti alan müşterilerin “Heveslilik” boyutu açısından algılanan hizmet kalitesinin önemli olduğu sonucuna varılmıştır (Sarıışık ve Dikkaya, 2015).

Araştırmanın hipotezlerini test etmeye yönelik yapılan analizler değerlendirildiğinde “Empati”, “Güvenilirlik”, “Güvence” ve “Heveslilik” boyutlarının hizmet kalitesindeki değişimi pozitif yönde etkilediği ve varyansı %74 ile %87 arasında açıkladığı söylenebilmektedir.

Araştırma modeli ile benzer yapılan diğer araştırmalar incelendiğinde benzer sonuçlar ulaşılan araştırmalar olduğu görülmüştür. Sevgi ve Paksoy (2019) tarafından Antalya’ da beş yıldızlı bir otelde yapılan anket uygulamasında “Güvenilirlik” boyutunun katılımcılar için en önemli boyut olduğu ve hizmetin kalitesine etki ettiği ifade edilmiştir (Sevgi ve Paksoy, 2018). Gerşil ve Güven (2018) tarafından yapılan çalışmada müşteri beklentisi ve algısı arasındaki en büyük farkın “Güvenilirlik” boyutunda olduğu hizmetin kalitesinin artmasında bu boyutun pozitif etkisinin olduğu görülmektedir. 2018 yılında yapılan bir çalışmada Celal Bayar Üniversitesi’nde öğrenciye verilen hizmetler öğrenciye anket uygulaması yapılarak değerlendirilmiş ve

öğrenciler için “Güvence” boyutunun hizmetin kalitesi artması açısından en önemli boyutu olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Gerşil ve Güven, 2018). Yazdi (2015) tarafından yapılan bir araştırmada ise önem sırasına göre “Empati”, boyutu başta olmak üzere tüm boyutların hizmet kalitesini etkilediği ifade edilmiştir. Shapavol vd. (2018) tarafından yılında Y kuşağı öğrencileri üzerinde yapılan çalışmada algılanan hizmet kalitesine pozitif etki eden “Güvence” boyutunun en önemli boyut olduğu sonucuna varılmıştır (Shapavol vd., 2018).

Araştırmadan elde edilen sonuçlar çerçevesinde işletmelerin ileride karşılaşacağı sorunların üstesinden daha kolay gelmesini ve ekoturizm destinasyonunun hizmet kalitesinin gelişimine katkı sunmak amacıyla aşağıdaki önerilere yer verilmiştir.

Öneriler:

- Turizm alanında faaliyet gösteren kamu ve özel kuruluşlarınca bölgeyi ziyaret eden turistlerin görüşlerinin alındığı anket vb. araştırmaların düzenli ve sürekli olarak yapılması, hizmet kalitesini etkileyecek unsurlar üzerinde raporlamalar çerçevesinde eksiklikler tespit edilmesi,
- Turizm alanında faaliyet gösteren kamu ve özel kuruluşlarınca bölgede hizmet veren işletmelerin hizmet kalitesini geliştirilmesi amacıyla periyodik olarak eğitim, seminer vb. faaliyetler gerçekleştirilmesi,
- Kamu ve özel kuruluşlarınca veya kamu işletmelerince turizm faaliyetlerine uygun, turistlerin ihtiyaçlarını anlayabilecek, eğitilmiş iş gücü istihdamı için eğitim programları düzenlenmesi,
- Kamu ve özel kuruluşlarınca ilgili alanlar hakkında ulaşım, yiyecek ve konaklama faaliyeti gibi bilgi sahibi olunabilecek sosyal tanıtım araçlarının kamu tüzel kişiliklerince yaygınlaştırılması,
- Kamu ve özel kuruluşlarınca Gümüşhane Üniversitesi ile iş birliği çerçevesinde tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesi,
- Kamu ve özel kuruluşlarınca hizmet kalitesini etkileyen müşteriye güven sağlayacak faktörler üzerinde işletme sahiplerinin çalışmalar yaparak revizyona gidilmesi,
- Ekoturizm kapsamında destinasyonları ziyaret edecek turistlerin ilgisi çekebilecek fotoğraf sergileri ve ürünlerin satıldığı yerel pazarlar bu alanlarda oluşturulabilir.
- Ekoturizm destinasyonlarında hizmet kalitesini artıracak faktörler üzerinde çalışmalara yoğunlaşarak, yöresel ve kültürel etkinlikler ile müşterilerin bu alanları tekrar ziyaret etmelerine öncülük edecek etkinlikler planlanabilir.

Araştırma konusu ile çalışma yapmak isteyen araştırmacılara öneriler aşağıda sıralanmıştır.

➤ Araştırmanın verileri Gümüşhane ili ile sınırlıdır. Türkiye’ de Gümüşhane iline benzer birçok kırsal alanlar bulunmaktadır. Bu alanlarda sunulan hizmetlere ilişkin hizmet kalitesi üzerine çalışmalar yapılabilir.

➤ Araştırmada evreni geniş tutularak Doğu Karadeniz Bölgesi kapsamında sadece yabancı turistler üzerinde ekoturizm kapsamındaki hizmet kalitesini etkileyen değişkenler arasındaki ilişkilere hizmetin kalitesine bakılabilir.

➤ Araştırmada ekoturizm alanındaki hizmet kalitesinin değerlendirilmesinde her bir boyut altında belirtilen önermelerin hizmet kalitesi üzerindeki etkisine bakılabilir.

➤ Araştırmada ekoturizm destinasyonlarında belirtilen içsel boyutların dışında hizmet kalitesini etkileyebilecek dışsal faktörler üzerinde durularak hizmet kalitesi değerlendirilmesi yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Abdel Rady, H. (2018). Measuring airline service quality using Airqual model: A study applied to egyptair. *International Journal of Heritage, Tourism and Hospitality*, 12(1), 271-290.
- Akbaba, A. ve Kılınç, İ. (2001). Hizmet kalitesi ve turizm işletmelerinde Servqual uygulamaları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 162-168.
- Akdu, U. (2014). *Medikal turizmde hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakatinin değerlendirilmesi. Doktora tezi, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi*, (386929).
- Akdu, S. (2017). *Turizm sektöründe hizmet hatası telafi stratejileri, hizmet kalitesi algısı ve kurumsal imaj algısı arasındaki ilişkiye yönelik bir araştırma. Doktora tezi, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi*, (473597).
- Aksu, M., Diker, O., Temeloğlu, E. ve Demirbulat, Ö. G. (2020). *Hizmet kalitesi el kitabı: Ölçekler ve modeller üzerine çalışmalar*. Detay Yayıncılık, ISBN 978-605-254-295-8, Ankara
- Aksu, M., Korkmaz, H. ve Sünnetçioğlu, S. (2016). Yiyecek ve içecek işletmelerindeki hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerinde etkisi: Bozcaada'da Dineserv modeliyle bir araştırma. *Balıkesir University Journal of Social Sciences Institute*, 19(35).
- Arıcak, O. T. ve Ilgaz, G. (2007). Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi ile biyoloji dersi tutum ölçeğinin yapı geçerliliğinin incelenmesi. *Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 28, 1-8.
- Arslan, Y. (2005). Erdek ve çevresinin ekoturizm açısından değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(13), 29-53.
- Aseres, S. A. ve Sira, R. K. (2020). An exploratory study of ecotourism services quality (ESQ) in bale mountains national park (BMNP), Ethiopia: Using an Ecoserv model. *Annals of Leisure Research*, 23(3), 386-406.
- Albacete-Saez, C. A., Fuentes-Fuentes, M. M. ve Lloréns-Montes, F. J. (2007). Service quality measurement in rural accommodation. *Annals of Tourism Research*, 34(1), 45-65.
- Ban, J. ve Ramsaran, R. R. (2017). An exploratory examination of service quality attributes in the ecotourism industry. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 34(1), 132-148.

- Bektöre, E., Korkmaz, E., Erşen, G. ve Alper, A. (2018). Frig vadisi potansiyel kamp alanları ve rotalarının CBS aracılığıyla belirlenmesi. *GSI Journals Serie C: Advancements in Information Sciences and Technologies*, 1(1), 35-50.
- Belber B.G. ve Erdoğan Y. (2019), Çekirdek Kapadokya bölgesinde atlı doğa yürüyüşü faaliyetlerine katılan turistik tüketicilerin profilini belirlemeye yönelik bir çalışma, *Business and Management Studies: An International Journal*, 7(4), 1155-1172
- Bezirgan, M. (2019). Burhaniye'nin sportif olta balıkçılığı potansiyeli ve turizm açısından kullanılabilirliği. *Balıkesir University Journal of Social Sciences Institute*, 22(41).
- Bilgin, Y. (2017). Restoran işletmelerinde hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakatinin ağızdan ağıza pazarlamaya etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(4), 33-62.
- Brady, M. K. ve Cronin Jr, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34-49.
- Brown T.A. (2006). *Confirmatory factor analysis for applied research*, The Guilford Press, ISBN 978-1-4625-1779-4, New York, 475p.
- Can, M. ve Can, Ç. Ü. (2019). Kapadokya'da balon turizmi deneyimi ve kabul edilebilir risk durumu. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 188-198.
- Can, R. ve Bilgili, N. (2019). Histerektomi yapılan hastaların ameliyatlarına ilişkin bilgilerinin belirlenmesi. *Türkiye Klinikleri Sağlık Bilimleri Dergisi*, 4(1), 43-50.
- Ceylan, C. ve Ozcelik, A. B. (2016). A circular approach to Servqual and Holsat: An implementation suggestion. *Journal of Hotel and Business Management*, 5(1), 1-10.
- Civelek, C., Dalgın, T., Çeken, H. ve Ekiztepe, B. (2014). Agro-turizm ve kırsal kalkınma ilişkisi: Muğla yöresindeki agro-turizm alanlarında bir araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 1(1), 15-28.
- Civelek, M. ve Karadağ, L. (2020). Tarım turizmi çalışmalarının bibliyometrik analizi. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(2), 145-164.
- Cronin Jr, J. J. ve Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Çakıcı, A. C. ve Harman, S. (2006). Kuş gözlemciliğinin önemi: Türkiye'de kuş gözlemciliğinin profili. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(2), 161-168.

- Çakıcı, A. C., Kızılırmak, İ., Samatova, G. ve Kızılay, K. S. (2017). Bişkek'teki otel çalışanlarının kültürlerarası iletişim kaygıları. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(5), 67-77.
- Çalık, İ. ve Pir, B. (2019). Korunan alanların sürdürülebilir turizm kapsamında değerlendirilmesi: Gümüşhane Limni Gölü tabiat parkı örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10, 159-169.
- Çelik, M. (2012). Müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi üzerine Adıyaman Üniversitesi yemekhanesi'nde bir uygulama. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (10), 29-54.
- Çelik, S. (2018). Alternatif turizm. *Journal of International Social Research*, 11(56).
- Çetinkaya, G. (2014). *Doğa yürüyüşü parkurlarının turizm amaçlı değerlendirilmesi: Antalya Beydağları örneği. Doktora tezi, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi, (363380).*
- Çetintürk, G. (2010). *Yalın Üretimin Strese Etkisinin Yapısal Eşitlik Modeli İle İncelenmesi. Yüksek lisans tezi, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi, (273422).*
- Dabholkar, P. A., Thorpe, D. I. ve Rentz, J. O. (1996). A measure of service quality for retail stores: Scale development and validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(1), 3-16.
- Dağdeviren, A., Saral, C., Coşkun, N. ve Yılmaz, Z. (2020). Bayramören ilçesinde yamaç paraşütü turizmi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 881-892.
- Dağlıoğlu, T. ve Sürme, M. (2019). Su altı dalış turizmi tercih nedenlerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 11(21), 377-385.
- Davras, Ö. ve Gülmez, M. (2013). Otel işletmelerinde çalışan memnuniyetine etki eden faktörler: Kemer-Lara-Belek-Side-Alanya bölgelerinde bir çalışma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(2), 167-184.
- Demirbulat, Ö. (2018). *Türkiye turizm stratejisi'nde (2023) teşvik edilen ekoturizme katılan yerli turistlerin destinasyon hizmet kalitesine yönelik değerlendirilmeleri (Doğu Karadeniz Bölgesi örneği). Doktora tezi, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi, (532844).*
- Demirbulat, Ö. G. (2019). Ekoturistlerin destinasyon hizmet kalitesi değerlendirmelerinin çeşitli değişkenler. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2644-2667.
- Díez, B. S. (1999). Hotelqual: una escala para medir la calidad percibida en servicios de alojamiento. *Estudios Turísticos*, (139), 95-110.

- Dinç, Y. (2021). Sualtı turizmi ve Türkiye’de sualtı dalış noktaları hakkında görgül bir araştırma (Ayvalık örneği). *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(5), 469-486.
- Dinçer, F. İ., Atsız, O., Kahraman, O. C. ve Çifçi, İ. (2017). Sportif olta balıkçılığının alternatif turizm kapsamında değerlendirilmesi. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 39-50.
- Doğanay, S. (2011). Doğu Karadeniz’de yayla turizmi merkezlerine yeni bir örnek: Taşkoprü yaylası. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 16(26), 223-240.
- Dursun, Y. ve Kocagöz, E. (2010). Yapısal eşitlik modellemesi ve regresyon: karşılaştırmalı bir analiz. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (35), 1-17.
- Eker, M. (2007). Tan, M. (2016). Sağlık hizmetlerinde kalite ölçümü ve değerlendirmesi: Bingöl Devlet Hastanesinde bir uygulama. Yüksek lisan tezi, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi, (211977).
- Ekşioğlu, A. G. ve Zeybek, H. İ. (2018). Karaca Mağarası’nın Gümüşhane ili turizmi içindeki yeri ve önemi. II. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi, September 20-22, Gümüşhane, s.113-122.
- Ekşioğlu, A. G. ve Zeybek, H. İ. (2021). Yayla turizmi açısından bir inceleme: Kürtün yaylaları (Gümüşhane). *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 12(3), 1298-1308.
- Eleren, A. (2009). Müşteri beklentilerine dayalı bir hizmet kalitesi ölçüm modeli: Termal otel işletmeciliğinde bir uygulama. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9(18), 395-420.
- Emekli, G. (2015). Dağlar, dağcılık ve turizm. *Coğrafyada Yeni Yaklaşımlar*, 205-217.
- Eraqi, M.I. (2006), Tourism services quality (TourServQual) in Egypt: The viewpoints of external and internal customers, *Benchmarking: An International Journal*, 13 (4), 469-492.
- Erdoğan, N. ve Erdogan, İ. (2005). Ekoturizm betimlemeleriyle iletilenlerin doğası. *Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi*, 20 (1), 55-82.
- Erdoğan, Y., Bayram, S. ve Deniz, L. (2007). Web tabanlı öğretim tutum ölçeği: Açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi çalışması. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 4(2), 1-14.
- Erken, K., Atanur, G. ve Tanrıöver, A. A. (2019). Bursa florasının doğa turizmi potansiyeli. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 20(1), 92-101.

- Ertürk, M. (2011). *Türkiye'deki otel işletmelerinde hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik bir alan araştırması. Doktora tezi, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi, (288411).*
- Esen, F. Ö. ve Kılıç, B. (2020). Turizm öğrencilerinin yamaç paraşütü algısı: Kelime ilişkilendirme testi uygulaması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2282-2295.
- Fettahoğlu Şenkaya, B., Demirel, Ö. ve Özkır, D. (2012). Ayder (Çamlıhemşin-Rize/Türkiye) termal ve yayla turizm bölgesinin termal koruma ve turizm gelişimi açısından değerlendirilmesi. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 2(5),151-164.
- Frochot, I. ve Hughes, H. (2000). Histoqual: The development of a historic houses assessment scale. *Tourism management*, 21(2), 157-167.
- Gerşil, M. ve Güven, H. (2018). Üniversitelerde hizmet kalitesinin Servqual analizi ile ölçülmesi:Celal Bayar Üniversite'nde bir uygulama. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 111-125.
- Getty, J. M. ve Getty, R. L. (2003). Lodging quality index (LQI): Assessing customers perceptions of quality delivery. *International journal of contemporary hospitality management*,15(2), 94-104.
- Gilmore, A. ve McMullan, R. (2009). Scales in services marketing research: A critique and way forward. *European Journal of Marketing*,5(6),43.
- Gouws, E. ve Motala, T. (2019). Quality of service delivered by alcoholic beverage suppliers to customers in the South African hospitality industry. *African Journal of Hospitality,Torism and Leisure*,8 (3), 1-16.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
- Güripek, E. (2018). Hizmet kalitesi algısının belirlenmesine yönelik yiyecek içecek işletmelerinde bir uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 996-1013.
- Gültekin, Y. S. ve Gültekin, P. (2012). Kabatepe orman kampı-karavan ve çadırlı kamp alanının rekreasyonel değerinin korunması ve geliştirilmesine ilişkin öneriler, *I. Rekreasyon Araştırmalar Kongresi*, 353-363.
- Jamal, T., Borges, M. ve Stronza, A. (2006). The institutionalisation of ecotourism: Certification, cultural equity and praxis. *Journal of Ecotourism*, 5(3), 145-175.
- Joowon, B. ve Guruge, S. R. (2021). An empirical validation of eco-service quality (ECOPERF) scale measure: A Short form Ecoperf. *Rais Journal for Social Sciences*, 5(2), 43-51.

- Kahyaoğlu, N. (2019). Gümüşhane ilinin ekoturizm potansiyeli açısından değerlendirilmesi. III. International Mediterranean Forest and Environment Symposium, 03-05 October 2019, Kahramanmaraş, s.451-456.
- Kalaycı, Ş. (2008). SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri. (3.Baskı), Asil Yayın Dağıtım, Ankara, 405s.
- Kapusuzoglu, A. ve Karan, M. B. (2010). Gelişmekte olan ülkelerde elektrik tüketimi ile gayri safi yurt içi hasıla (GSYIH) arasındaki es-bütünleşme ve nedensellik ilişkisinin analizi: Türkiye üzerine ampirik bir çalışma. *Business and Economics Research Journal*, 1(3), 57.
- Kaya, F. ve Yıldırım, G. (2020). Ekoturizm potansiyeli açısından Doğu Karadeniz Bölgesi'nin değerlendirilmesi. *Tourism and Recreation*, 2(2), 125-133.
- Kaypak, Ş. (2010). Ekolojik turizmin sürdürülebilirliği. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(2), 93-114.
- Kekeç, D. (2008). Hizmet kalitesi ölçümünde serviqual ölçeği ve otelcilik sektöründe bir uygulama. Yüksek lisan tezi, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi, (221478).
- Kement, Ü. ve Bükey, A. (2019). Doğa ve kültür fotoğrafçılığı kapsamında rekreasyonel motivasyonun demografik özelliklere göre incelenmesi. *Tourism and Recreation*, 1(1), 23-30.
- Khan, M. (2003). ECOSERV: Ecotourists' quality expectations. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 109-124.
- Khan, M. M. (1996). *ECOSERV: An examination of service quality expectations of the ecotourists*: Virginia Polytechnic Institute and State University. Ann Arbor, ISBN 978-0-591-20294-6, United States, 1-227.
- Khan, M. M. ve Su, K. D. (2003). Service quality expectations of travellers visiting Cheju Island in Korea. *Journal of Ecotourism*, 2(2), 114-125.
- Kılıç, B. ve Eleren, A. (2009). Turizm sektöründe hizmet kalitesi ölçümü üzerine bir literatür araştırması. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 1(1).
- Kılıç, B. (2010). Termal otel işletmelerinde hizmet kalitesinin ölçülmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3), 119-142.
- Kılıç Benzer, A. N. (2006). Bolu-Göynük ve yakın çevresi doğal ve kültürel kaynaklarının ekoturizm açısından değerlendirilmesi. Doktora tezi, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi, (386929).
- Kılıç, S. (2013). Doğrusal regresyon analizi. *Journal of Mood Disorders*, 3(2), 90-92.

- Kim-Soon, N., Rahman, A. ve Visvalingam, L. (2014). Servqual: Can it be used to differentiate guest's perception of service quality of 3 star from a 4 star hotel. *International Business Research*, 7(7), 37-47.
- Kızılaslan, N. ve Tayfur, U. (2014). Tokat ilinin ekoturizm/kırsal turizm potansiyeli ve swot analizi. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*, (9), 45-61.
- Kızılırmak, İ. (1995). Türkiye'de yayla turizmi ve karadeniz yaylaları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 63-65.
- Koçoğlu, C. M. (2009). Hizmet kalitesinin müşteri sadakati üzerindeki etkisi ve 5 yıldızlı bir otel işletmesinde uygulama. *Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek lisan tezi, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi*, (279989).
- Koçoğlu C. M., Bakkaloğlu F.ve Acar A. (2019). Yerel halkın inanç turizmine yönelik bakış açılarının demografik özelliklere göre değerlendirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(EkSayı), 124-131.
- Koçoğlu, C. M. ve Aksoy, R. (2012). Hizmet kalitesinin Servperf yöntemi ile ölçülmesi: Otobüs işletmeleri üzerinde bir uygulama. *Akademik Bakış Dergisi*, 29(1), 1-20.
- Kokoç, M. ve Ersöz, S. (2020). Yükseköğretim kurumlarının hizmet kalitesinin değerlendirilmesi için kullanılan ölçek ve boyutların araştırılması. *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, 8(4), 1290-1302.
- Konuk, A. (2008). Pazarlamada algılanan değer kavramı ve ölçümü. *Doktora tezi, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi*, (228750).
- Kotler, P. (1997). Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control. Englewood Cliffs, New Jersey: Practice Hall. In: Inc.
- Kozak, N. (2008). *Turizm pazarlaması*. (2. Baskı), Detay Yayıncılık. ISBN 978-975-8969-69-2, Ankara,16-21s.
- Kozak, M. (2015). Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri. (2. Baskı), Detay Yayıncılık, Ankara, 146s.
- Krejcie, R. V. ve Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Kul, S. (2014). İstatistik sonuçlarının yorumu: P değeri ve güven aralığı nedir?. *Plevra Bülteni*, 8(1), 11.
- Kurtaran, A., Çelik, M. K. ve Mutlu, F. (2019). Yiyecek içecek işletmelerinde hizmet kalitesinin Servqual ile ölçülmesi: Bir alan araştırması. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 376-387.

- Kuter, N. ve Ünal, H. E. (2009). Sürdürülebilirlik kapsamında ekoturizmin çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri. *Kastamonu University Journal of Forestry Faculty*, 9(2), 146-156.
- Kutsal, D. ve Bilge, F. (2012). Lise öğrencilerinin tükenmişlik ve sosyal destek düzeyleri. *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 37(164).
- Kumar, S. ve Samtani, J. (2021). Müşteri hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine etkisi ve sadakat üzerindeki etkisi: Otellerdeki MICE müşterileri üzerine bir araştırma. *Firm Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 143-152.
- Kuzu, A. (2010). *Yaşlı bakım kurumlarında hizmet kalitesi kavramı ve kavramsal hizmet kalitesi modeli: Servqual uygulaması. Doktora tezi, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi, (273068).*
- Külekçi, E. A. ve Bulut, Y. (2012). Erzurum ili Oltu ve Olur ilçelerinde en uygun ekoturizm etkinliğinin analitik hiyerarşi süreci yöntemi ile belirlenmesi. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 43(2), 175-189.
- Köroğlu, Ö., Buzlukçu, C., Ulusoy Yıldırım, H. ve Oflaz, M. (2019). Ekolojik tarım turizm faaliyetlerine katılan ziyaretçilerin ekolojik çiftliklere yönelik beklenti ve algılarının tespit edilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 25-45.
- Liu, C. H., Hong, C. Y. ve Li, J. F. (2013). The determinants of ecotourism behavioral intentions. *Global Journal of Business Research*, 7(4), 71-84.
- Lee, L., Lee, M. J. ve Dewald, B. (2016). Measuring the customers' perception of tangible service quality in the restaurant industry: An emphasis on the upscale dining segment. *Journal of Foodservice Business Research*, 19(1), 21-38.
- Levine, T.R. (2005). Confirmatory factor analysis and scale validation in communication research. *Communication Research Reports*, 22(4), 335-338.
- Loureiro, S. M. C. ve Miranda González, F. J. (2009). Perceived quality in rural lodgings in Spain and Portugal: The Ruralqual scale. *Portuguese Journal of Management Studies*, 14(1), 33-52.
- Mackay, K. J. ve Crompton, J. L. (1988). A conceptual model of consumer evaluation of recreation service quality. *Leisure Studies*, 7(1), 40-49.
- Mahalingam, S., Jain, B. ve Sahay, M. (2016, September). Role of physical environment (dinescape factors) influencing customers' revisiting intention to restaurants. *In 2016 International Conference on Advances in Computing, Communications and Informatics (ICACCI)* (pp. 1069-1072). IEEE.

- Markovic, S., Komsic, J. ve Dorčić, J. (2013). Measuring service quality in city restaurant settings using DINESERV scale. *Recent Advances in Business Management and Marketing*, 176(181), 250-261.
- Marković, S. ve Šebrek, J. K. (2021). Service quality measurement in rural tourism: Application of Ruralqual model. *Academica Turistica-Tourism and Innovation Journal*, 13(2).
- Marlyana, N. ve Khoiriyah, N. (2015). Model konseptual peningkatan kualitas layanan industri pariwisata di jawa tengah menggunakan tourservqual. *Jurnal Kawistara*, 5(2).
- Mhlanga, O. (2018). Factors influencing hotel experiences for millennial tourists: A South African study. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*.7(3),1-14.
- Nadiri, H. ve Hussain, K. (2005). Diagnosing the zone of tolerance for hotel services. *Managing service quality: An International Journal*.15(3),259-277.
- Ntoumanis, N. (2003). *A step-by-step guide to SPSS for sport and exercise studies*: 3rd edition, published in the Taylor and Francis e-Library, Routledge,
- Onurlubaş, E. ve Öztürk, D. (2020). Hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi: Butik oteller üzerine bir uygulama. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 11(3), 756-766.
- Orel, F. D. ve Memmedov, İ. (2003). *Turizmde hizmet pazarlaması: Türkiye açısından Rusya pazarı*: Karakan Kitabevi.ISBN 975-6447-12-5, Adana,4-5.
- Osman, Ö. (2020). Türkiye'nin av turizmi potansiyeli konusunda bir değerlendirme. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 3(1), 71-86.
- Ödemiş, M. ve Hassan, A. (2019). Gümüşhane'nin eko-turizm potansiyelinin kavramsal analizi ve bu potansiyelin değerlendirilmesine yönelik öneriler. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10, 59-70.
- Öktem, E. (2020). Kültür turizmi kapsamında unutulmaz turizm deneyiminin müşteri memnuniyetine ve davranışsal niyete etkisi. *Yüksek lisan tezi, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi*, (651115).
- Özen, A. (2019). Kapadokya bölgesinde yaşanan sıcak hava balon deneyiminin davranışsal niyetler üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Verimlilik Dergisi*, 1(1), 165-198.
- Öztürk, S., Tanrıverdi, H. ve Kaplan, M. (2019). Balon turizmin Kapadokya kırsal turizmi üzerindeki etkileri üzerine bir çalışma. 3. Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Kongresi, 20-22 Aralık 2019, Van, s.1-51.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. ve Berry, L. (2002). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Retailing:Critical Concepts*, 64(1), 140.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. ve Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Petrack, J. F. (2002). Development of a multi-dimensional scale for measuring the perceived value of a service. *Journal of Leisure Research*, 34(2), 119-134.
- Prabaharan, B., Arulraj, A. ve Rajagopal, V. (2008, May). Service quality on tourism: Application of structural equation modeling. *In Conference on Tourism in India– Challenges Ahead*,15,17.
- Raajpoot, N. A. (2002). Tangserv: A multiple item scale for measuring tangible quality in foodservice industry. *Journal of Foodservice Business Research*, 5(2), 109-127.
- Ray, U. C., Demirtaş, N. ve Pirçek, M.(2019). Bir Hatay endemiği: Kırmızı guddeme (*Helichrysum Sanguineum*)’un botanik turizmi açısından incelenmesi. III. Uluslararası Eğitim Bilimleri ve Sosyal Bilimler Sempozyumu, 25-27 Haziran 2019, Nevşehir, s. 464-470.
- Roh, Y.H., Lee, S.H., Kim, H.Y., An, S.Y. ve Park, S.W. J. (2008). Analysis of the determining factors of ecotourist satisfaction and behavioral intentions of upo wetland. 11(4), 1-7.
- Ryu, K. ve Jang, S. (2008). Dinescape: A scale for customers' perception of dining environments. *Journal of Foodservice Business Research*, 11(1), 2-22.
- Said, A., Jaddil, N. E. F. ve Ayob, N. (2009). An assessment of service quality in national parks: A case study of gunung gading national park, sarawak. *ICFAI Journal of Environmental Economics*, 7(2).
- Samal, A., Pradhan, B. B., Mishra, M. R. ve Jena, J. (2018). Prospect of medical tourism in the state of Odisha: An analytical report from the selected private tertiary care hospitals. *Indian Journal of Public Health Research and Development*, 9(5), 231-237.
- Sapari, M. S., Shuib, A., Ramachandran, S. ve Afandi, S. H. M. (2013). Visitors satisfaction towards service and facilities in Kilim Karst Geoforest Park, Langkawi. *Journal of applied Economics and Business*, 1(4), 25-42.
- Sarıışık, M. (2014). Konaklama hizmetlerinde davranışsal niyeti etkileyen hizmet kalitesi boyutları. *İşletme Bilimi Dergisi*, 2(2), 21-51.

- Sarıışık, M. ve Dikkaya, F. (2015). Hizmet kalitesi kapsamında heveslilik boyutuna ilişkin beklenti ve algıların belirlenmesi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1), 37-51.
- Sayılan, H. (2008). Endemik bir bitki türü olan Muş lalesi'nin (Tulipa Sintenisii Baker) botanik turizmi (Bitki Gözlemciliği) amaçlı değerlendirilmesi. *Ulusal Coğrafya Sempozyumu*, Ankara, (4/2), 473-482.
- Senal, S., Ateş, B. A. ve Erkan, A. (2020). Muhasebede ihtiyatlılık düzeyinin bankalar üzerindeki etkisi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(Armağan Sayısı), 185-196.
- Sekban, D. Ü. G., Bekar, M. ve Cengiz, A. (2016). Trabzon ilinin yayla turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi ve farkındalık yönünden incelenmesi. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)*, 3(1), 349-361.
- Sert, A. N. ve Karacaoğlu, S. (2018). Müzelerdeki hizmet kalitesinin memnuniyet algısı ve tavsiye etme niyeti üzerindeki etkisi: Anadolu medeniyetleri müzesi örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 103-122.
- Sevgi, O. O. ve Paksoy, M. (2018). Otel işletmelerinde yabancı turistlerin hizmet kalitesi algısının Servqual yöntemle ölçülmesine yönelik bir araştırma. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 53-77.
- Sevindi, C. (2013). Ekoturizm ve kuş gözlemciliği açısından Kuyucuk Gölü kuş cenneti (Arpaçay-Kars). *Türk Coğrafya Dergisi*, (61), 63-76.
- Sezerel, H. (2013). Örgüt kültürünün farklılık yönetimine etkisi: Otel işletmelerinde bir araştırma Doktora tezi, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi, (348972).
- Shapoval, V., Murphy, K. S. ve Severt, D. (2018). Does service quality really matter at Green restaurants for Millennial consumers? The moderating effects of gender between loyalty and satisfaction. *Journal of Foodservice Business Research*, 21(6), 591-609.
- Sikand, H. (2020). *Exploring The Importance Of Service Quality Attributes For Millennials At Boutique Budget Hotels*. California State Polytechnic University, Pomona,
- Somuncu, M. (2004). Dağcılık ve dağ turizmindeki ikilem: Ekonomik yarar ve ekolojik bedel. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2(1), 1-21.
- Sontay, G., Gökdere, M. ve Erdoğan, U. S. T. A. (2014). A comparative investigation of environmental behaviors of gifted students and their peers. *Türk Üstün Zeka ve Eğitim Dergisi*, 4(2), 90-106.

- Şafak, İ. (2003). Türkiye'deki av turizmi uygulamalarının özel avlak işletmelerine etkileri. *Turkish Journal of Forestry*, 4(2), 133-148.
- Şahin, İ. F. (2009). Erzincan ili'nin turizm potansiyeli ve ildeki ekoturizm uygulamaları. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 14(22), 69-88.
- Şengel, Ü., Genç, K., Işkın, M., Ulema, Ş. ve Uzut, İ. (2020). Turizmde “Sosyal Mesafe” mümkün mü? kamp ve karavan turizmi bağlamında bir değerlendirme. *Electronic Turkish Studies*, 15(4).
- Şimşek Ö. F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş Temel İlkeler ve LISRELL Uygulamaları*, Siyasal Basım Yayın, Ankara, 8s.
- Şirin, M. ve Fatih, O. (2020). Gümüşhane şehri'nde afet ve acil durum toplanma alanlarının coğrafi bilgi sistemleri ortamında değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 25(44), 85-106.
- Tan, M. (2016). *Sağlık hizmetlerinde kalite ölçümü ve değerlendirmesi: Bingöl Devlet Hastanesinde bir uygulama. Yüksek lisan tezi, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi, (443392).*
- Teeroovengadum, V., Kamalanabhan, T. J. ve Seebaluck, A. K. (2016). Measuring service quality in higher education: Development of a hierarchical model (HESQUAL). *Quality Assurance in Education*. 24(2), 244-258.
- Tefera, O. ve Govender, K. (2016). From Servqual to Hotsperf: Towards the development and validation of an alternate hotel service quality measurement instrument. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 5(4), 23-34.
- Tekin, M. ve Kasalak, M. A. (2014). Ekoturizm girişimciliğinin bölgesel kalkınmadaki rolü. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (32), 129-136.
- Tekin, Ö. (2017). Ekoturizm açısından Konya ili doğa yürüyüşü rotaları üzerine bir araştırma. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(3), 377-400.
- Tetik, N. (2012). *Turist rehberlerinin ekoturizm alanındaki yeterlilikleri: Doğu Karadeniz örneği. Doktora tezi, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi, (314038).*
- Tosun, C. ve Şahin, S. Z. (2006). Gelişen ve değişen eğilim: Ekoturizm. II. Balıkesir Turizm Kongresi, 20–22 Nisan 2006, Balıkesir. s. 1-18.
- Tribe, J. ve Snaith, T. (1998). From Servqual to Holsat: Holiday satisfaction in Varadero, Cuba. *Tourism Management*, 19(1), 25-34.
- Truong, T. H. (2005). Assessing holiday satisfaction of Australian travellers in Vietnam: An application of the Holsat model. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 10(3), 227-246.

- Türk, Z. (2009). Denetim firmalarının sunduğu hizmet kalitesi müşteri tatmini ve sadakatini: Servperf ölçeği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(1), 399-416.
- Türkben, C., Fulya, G. ve Yılmaz, U. (2012). Türkiye'de bağıcılığın tarım turizmi (Agro-Turizm) içinde yeri ve önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 47-50.
- Türkmen, S. ve Gökdemir, S. (2021). Bisiklet turizmi motivasyonlarının belirlenmesi. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 4(1), 19-32.
- Uden, L., Francis, J. ve Dai, W. (2008, October). Service quality for service innovation. *In 2008 IEEE International Conference on Service Operations and Logistics, and Informatics* (Vol. 2, pp. 2779-2784). IEEE.
- Uğur, A. ve Öktem, E. (2019). Turizmin ekonomik, sosyal, çevresel ve kültürel etkilerine yönelik yöre halkının farkındalığı; Gümüşhane örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10, 232-239.
- Uğurlu, A. (2005). *Rekreasyonel amaçlı doğa sporlarının turizm'de kullanılması Antalya Köprülü Kanyon rafting uygulaması. Yüksek lisans tezi, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi*, (206382).
- Uğuz, S. Ç. ve Özbek, V. (2018). Destinasyon sadakatini etkileyen faktörler: Bisiklet turizmi ve Burhaniye bisiklet festivali örneği. *International Review of Economics and Management*, 6(2), 84-102.
- Ulusoy, H. (2015). Av turizminin kırsal turizm açısından kırsal kalkınma üzerindeki etkisinin irdelenmesi. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 8(2), 74-80.
- URL-1, https://www.doka.org.tr/bolgemiz_Gumushane-TR.html. 15 Temmuz 2022.
- Uslu, A., Akay, B. ve Ünal, A. (2013). Hizmet kalitesinin ekoserv yöntemi ile ölçülmesi: Fethiye kelebekler vadisinde bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10(1).
- Uygur, S. M. (2017). *Örnek olaylarla turizm pazarlaması*. ISBN 978-605-9440-58-5, Ankara, s. 37-43
- Ünsalan, M. (2016). Hizmet kalitesi ve perakende hizmet kalitesi ölçekleri üzerine literatür taraması. 2. Uluslararası Çin'den Adriyatik'e Sosyal Bilimler Kongresi. İktisat-Turizm-İşletme Bilimleri Özel Sayısı, 5-7 Mayıs 2016, Hatay, s. 110-121.
- Ünüvar, Ş. ve Aydın, M. (2017). Ekoturizm destinasyonlarında hizmet kalitesinin Ecoserv ile ölçülmesi: Türkiye'deki kıyı bölgelerine yönelik bir araştırma. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1, 1-15.

- Üzümcü, O. O. ve Banu, K. (2017). Ekolojik turizm kavramı: Fethiye örneği. *Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi*, 10(1), 14-19.
- Valčić, I. (2019). Doctoral dissertation summary: Service quality measurement in national parks in the Republic of Croatia: application of modified Ecoserv model. *Tourism and hospitality management*, 25(2), 435-438.
- Valentine, P. (1992). Nature-based tourism. In: Belhaven Press.
- Yalkın, S. (2010). *Sağlık Hizmetlerinde Kalite Yönetimi ve Kalitenin Servqual Yöntemi ile Ölçülmesine Yönelik Bir Uygulama. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek lisans tezi, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi, (277334).*
- Yaşar, O. (2011). Saros Körfezi kıyılarında su altı dalış turizmi. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 3(1), 33-55.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.
- Yavuz, M. (2011). *Afyonkarahisar-Sandıklı İlçesi Akdağ Tabiat Parkı'nın Ekoturizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek lisans tezi, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi, (296295).*
- Yeşil, P., Yeşil, M. ve Yılmaz, H. (2008). Jeolojik miras alanlarının alternatif turizm kapsamında değerlendirilmesi: Balıca mağarası örneği. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 39(2), 241-248.
- Yıldız, S. M. (2009). Katılıma dayalı spor hizmetlerinde hizmet kalitesi modelleri. *Ege Academic Review*, 9(4).1213-1224.
- Yılmaz, D. V. (2019). Hesqual-yükseköğretim hizmet kalitesi ölçeğinin türkçe uyarlaması: Geçerlilik ve güvenirlik analizi. *Electronic Turkish Studies*, 14(2), 899-917.
- Yılmaz, H. (2008). Turizm çeşitlendirmesi kapsamında ekoturizmin ürünü olarak tatil çiftlikleri: Türkiye'deki tatil çiftliklerine yönelik SWOT analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora tez özeti, s.1-242.*
- Yozcu, S. (2020). Türkiye mağara turizmine yönelik bir değerlendirme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1493-1508.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of marketing*, 52(3), 2-22.

- Zeybek, H. İ. ve alık, İ.(2019). *Gümüşhane’de Sürdürülebilir Turizm*. Göktuğ Ofset Yayıncılık Matbacılık, ISBN 978-605-4838-23-3,Ankara,29-34s.
- Wallace, G. N. (1996). Toward a principled evaluation of ecotourism ventures. *Yale School of Forestry and Environmental Studies Bulletin*, 99, 122.



EKLER

Ek 1. Anket Formu

EKOTURİZMDE HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİ: GÜMÜŞHANE ÖRNEĞİ

Sayın katılımcı, aşağıdaki sorular yüksek lisans tez çalışması için hazırlanmış olup, verdiğiniz cevaplar tamamen bilimsel amaçla kullanılacak ve size herhangi bir sorumluluk getirmeyecektir. Eko turizmde hizmet kalitesini ölçmeyi amaçladığımız bu araştırma için tasarlanan soru formunda boş yerleri doldurarak ve/veya işaretleyerek görüşlerinizi paylaştığımız için teşekkürlerimi sunarım.

1- Cinsiyet: () Erkek () Kadın

2- Yaş: () 18-28 () 29-39 () 40-50 () 51 ve üzeri

3- Eğitim Durumu: () İlköğretim () Ortaöğretim () Ön Lisans () Lisans () Yüksek Lisans () Doktora

4- Ülkesi:

5- Aylık Geliriniz (TL): 2000 ve altı () 2000-3999 () 4000-5999 () 6000-7999 () 8000 ve üstü ()

No	Aşağıda verilen özelliklerin, size göre Ekoturizm işletmesinde hangi düzeyde olması gerektiğini, 1 (Hiç katılmıyorum) ile 5 (Kesinlikle Katılıyorum) arası verilen ölçekte işaretleyerek değerlendiriniz.	1	2	3	4	5
1	Ekoturizm işletmesinde çevresel bozulmayı en az indiren ekipmanlar kullanılmalıdır.					
2	Ekoturizm işletmesinin tesisleri çevre ile uyumlu olmalıdır.					
3	Ekoturizm işletmesi, temiz/kirlenmemiş bir çevrede bulunmalıdır.					
4	Ekoturizm işletmesinin fiziksel donanımı ve binası yerel unsurları yansıtmalıdır.					
5	Ekoturizm işletmesi çalışanları, yerel dokuya uygun kıyafetler giymelidir.					
6	Ekoturizm işletmesinin hizmete eşlik eden malzemeler (kitapçık, broşür vb.) yerel unsurları yansıtacak nitelikte olmalıdır.					
7	Ekoturizm işletmesi hizmeti söz verdikleri anda yerine getirmelidir.					
8	Ekoturizm işletmesi, müşterilerinin bir problemi olduğunda, problemi çözmek için samimi bir çaba göstermelidir.					
9	Ekoturizm işletmesi, doğru hizmeti, ilk seferde tam olarak yerine getirmelidir.					
10	Ekoturizm işletmesi, hizmetlerini söz verdiği sürede yerine getirmelidir.					
11	Ekoturizm işletmesi, kayıtlarını eksiksiz ve doğru bir şekilde					

	tutmalıdır.					
12	Ekoturizm işletmesinin çalışanı, müşterilerine tam olarak hizmetin ne zaman yerine getirileceğini söylemelidir.					
13	Ekoturizm işletmesi çalışanı, müşterilerine hizmeti en hızlı şekilde vermelidir.					
14	Ekoturizm işletmesi çalışanı, her zaman müşterilerine yardım etmeye istekli olmalıdır.					
15	Ekoturizm işletmesi çalışanı, asla müşterilerinin acil ihtiyaçlarına yanıt veremeyecek kadar meşgul olmamalıdır.					
16	Ekoturizm işletmesi çalışanın davranışları, müşterilerinde güven duygusu uyandırmalıdır.					
17	Ekoturizm işletmesinin müşterileri, hizmete ilişkin konularda kendisi güvende hissetmelidir.					
18	Ekoturizm işletmesinin çalışanı, sürekli olarak müşterilere karşı saygılı ve kibar olmalıdır.					
19	Ekoturizm işletmesinin çalışanı, müşterilerin sorunlarını cevaplamak için yeterli bilgiye sahip olmalıdır.					
20	Ekoturizm işletmesi, müşterilerine bireysel ilgi ve özen göstermelidirler.					
21	Ekoturizm işletmesinin, müşterilere bireysel ilgi gösterilebilecek çalışanları olmalıdır.					
22	Ekoturizm işletmesi, müşterilerinin çıkarları ile candan ilgilenmelidir.					
23	Ekoturizm işletmesinin çalışanları, müşterilerinin özel ihtiyaçlarını anlamalıdır.					
24	Ekoturizm işletmesi müşteriler için gerekli olan tüm bilgileri yeterince sağlamalıdır.					

"No	Aşağıda verilen özellikler, size göre şu anda hizmet aldığınız Ekoturizm işletmesinde hangi düzeydedir. 1 (Hiç katılmıyorum) ile 5 (Kesinlikle Katılıyorum) arası verilen ölçekte işaretleyerek değerlendiriniz.	1	2	3	4	5
1	Ekoturizm işletmesinde çevresel bozulmayı en az indiren ekipmanlar kullanılmaktadır.					
2	Ekoturizm işletmesinin tesisleri çevre ile uyumludur.					
3	Ekoturizm işletmesi, temiz/kirlenmemiş bir çevrede bulunmaktadır.					
4	Ekoturizm işletmesinin fiziksel donanımı ve binası yerel unsurları yansıtmaktadır.					
5	Ekoturizm işletmesi çalışanları, yerel dokuya uygun kıyafetler giymektedir.					
6	Ekoturizm işletmesinin hizmete eşlik eden malzemeler (kitapçık, broşür vb.) yerel unsurları yansıtacak niteliktedir.					
7	Ekoturizm işletmesi hizmeti söz verdikleri anda yerine getirmektedir.					
8	Ekoturizm işletmesi, müşterilerinin bir problemi olduğunda, problemi çözmek için samimi bir çaba göstermektedir.					
9	Ekoturizm işletmesi, doğru hizmeti, ilk seferde tam olarak yerine getirmektedir.					
10	Ekoturizm işletmesi, hizmetlerini söz verdiği sürede yerine getirmektedir.					
11	Ekoturizm işletmesi, kayıtlarını eksiksiz ve doğru bir şekilde tutmaktadır.					
12	Ekoturizm işletmesinin çalışanı, müşterilerine tam olarak hizmetin ne zaman yerine getirileceğini söylemektedir.					

13	Ekoturizm işletmesi çalışanı, müşterilerine hizmeti en hızlı şekilde vermektedir.					
14	Ekoturizm işletmesi çalışanı, her zaman müşterilerine yardım etmeye isteklidir.					
15	Ekoturizm işletmesi çalışanı, asla müşterilerinin acil ihtiyaçlarına yanıt veremeyecek kadar meşgul değildir.					
16	Ekoturizm işletmesi çalışanın davranışları, müşterilerinde güven duygusu uyandırmaktadır.					
17	Ekoturizm işletmesinin müşterileri, hizmete ilişkin konularda kendisi güvende hissetmektedir.					
18	Ekoturizm işletmesinin çalışanı, sürekli olarak müşterilere karşı saygılı ve kibardır.					
19	Ekoturizm işletmesinin çalışanı, müşterilerin sorunlarını cevaplamak için yeterli bilgiye sahiptir.					
20	Ekoturizm işletmesi, müşterilerine bireysel ilgi ve özen göstermektedir.					
21	Ekoturizm işletmesinin, müşterilere bireysel ilgi gösterilebilecek çalışanları bulunmaktadır.					
22	Ekoturizm işletmesi, müşterilerinin çıkarları ile candan ilgilenmektedir.					
23	Ekoturizm işletmesinin çalışanları, müşterilerinin özel ihtiyaçlarını anlamaktadır.					
24	Ekoturizm işletmesi müşteriler için gerekli olan tüm bilgileri yeterince sağlamaktadır.					

Ek 2. Gümüşhane ilinde bulunan ve ekoturizm alanlarına ait önemli ziyaret bölgelere ait görseller



Şekil 10. Artebel Gölleri görseli



Şekil 11. Limni Gölü görseli



Şekil 12. Tomara Şelalesi görseli



Şekil 13. Çağlayandibi Şelalesi görseli



Şekil 14. Örümcek Ormanı görseli



Şekil 15. Kadirga Yaylası görseli



Şekil 16. Kazıkbeli Yaylası görseli



Şekil 17. Güvende Yaylası görseli



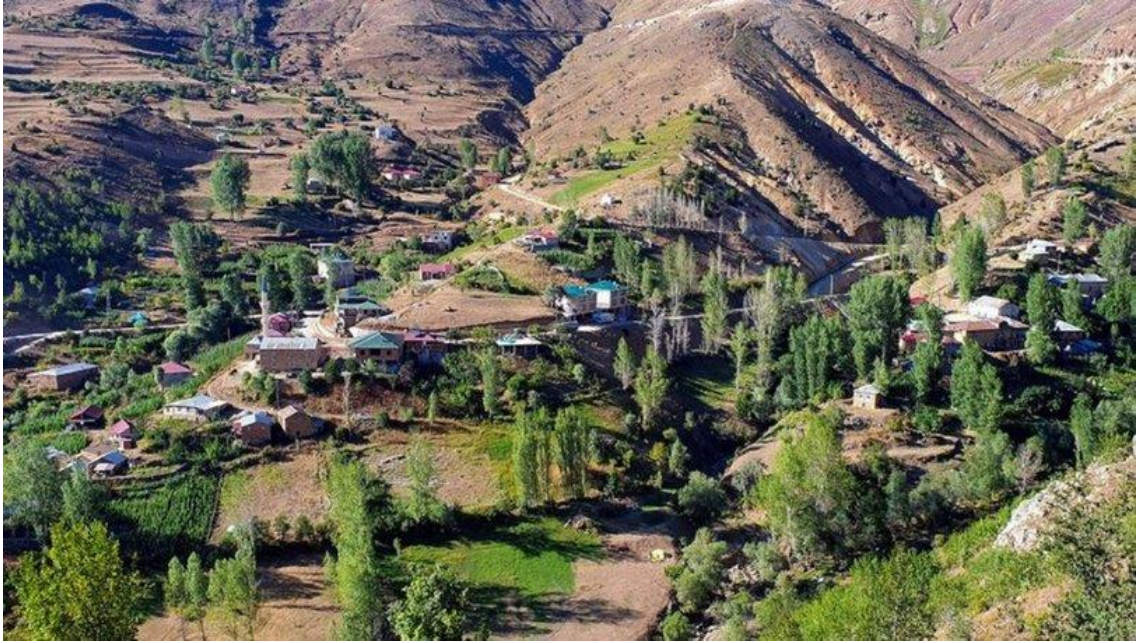
Şekil 18. Erikbeli Yaylası görseli



Şekil 19. Torul Kalesi ve Seyir Terası görseli



Şekil 20. Satala Antik Kenti görseli



Şekil 21. Krom Şehri görseli



Şekil 22. Santa Harabeleri görseli



Şekil 23. Süleymaniye Mahallesi görseli



Şekil 24. Zigana Kayak Merkezi görseli



Şekil 25. Karaca Mağarası görseli



Şekil 26. Canca Kalesi görseli



Şekil 27. Kov (Esenyurt) Kalesi görseli



Şekil 28. Keçikale görseli



Şekil 29. Akçakale Mahallesi Kalesi görseli



Şekil 30. Kürtün Kalesi görseli

Ek 3. Tukey Test Sonuçları

Yaş Gruplara Ait Tukey Test Sonuçları

Multiple Comparisons							
Tukey HSD							
Dependent Variable	(I) Yaş	(J) Yaş	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ECO ₁	18-28	29-39	.13437*	.04603	.010	.0261	.2427
		40 ve üzeri	.14737*	.05880	.034	.0090	.2857
	29-39	18-28	-.13437*	.04603	.010	-.2427	-.0261
		40 ve üzeri	.01300	.06494	.978	-.1398	.1658
	40 ve üzeri	18-28	-.14737*	.05880	.034	-.2857	-.0090
		29-39	-.01300	.06494	.978	-.1658	.1398
ECO ₂	18-28	29-39	.21422*	.06606	.004	.0588	.3696
		40 ve üzeri	.19938*	.08438	.049	.0009	.3979
	29-39	18-28	-.21422*	.06606	.004	-.3696	-.0588
		40 ve üzeri	-.01483	.09319	.986	-.2341	.2044
	40 ve üzeri	18-28	-.19938*	.08438	.049	-.3979	-.0009
		29-39	.01483	.09319	.986	-.2044	.2341
ECO ₃	18-28	29-39	.25071*	.05445	.000	.1226	.3788
		40 ve üzeri	.17149*	.06955	.037	.0079	.3351
	29-39	18-28	-.25071*	.05445	.000	-.3788	-.1226
		40 ve üzeri	-.07923	.07681	.557	-.2599	.1015
	40 ve üzeri	18-28	-.17149*	.06955	.037	-.3351	-.0079
		29-39	.07923	.07681	.557	-.1015	.2599

Dependent Variable	(I) Yaş	(J) Yaş	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
ECO ₄	18-28	29-39	.18006 [*]	.04605	.000	.0717	.2884
		40 ve üzeri	.16332 [*]	.05882	.016	.0249	.3017
	29-39	18-28	- .18006 [*]	.04605	.000	- .2884	- .0717
		40 ve üzeri	- .01675	.06496	.964	- .1696	.1361
	40 ve üzeri	18-28	- .16332 [*]	.05882	.016	- .3017	- .0249
		29-39	.01675	.06496	.964	- .1361	.1696
ECO ₅	18-28	29-39	.18611 [*]	.04948	.001	.0697	.3025
		40 ve üzeri	.09786	.06321	.270	- .0508	.2466
	29-39	18-28	- .18611 [*]	.04948	.001	- .3025	- .0697
		40 ve üzeri	- .08825	.06981	.416	- .2525	.0760
	40 ve üzeri	18-28	- .09786	.06321	.270	- .2466	.0508
		29-39	.08825	.06981	.416	- .0760	.2525
*. The mean difference is significant at the 0.05 level.							

Eğitim Durumuna Ait Tukey Test Sonuçları

Multiple Comparisons							
Tukey HSD							
Dependent Variable	(I) Eğitim Durumu	(J) Eğitim Durumu	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
ECO ₁	İlköğretim	Ortaöğretim	.27344	.15596	.403	-.1540	.7008
		Ön Lisans	.25062	.14222	.397	-.1391	.6404
		Lisans	.33654	.14550	.143	-.0622	.7353
		Lisansüstü	.46970*	.14771	.014	.0649	.8745

Multiple Comparisons						
Tukey HSD						
ECO ₂	Ortaöğretim	İlköğretim	- .27344	.15596	.403	- .7008 .1540
		Ön Lisans	- .02282	.07504	.998	- .2285 .1828
		Lisans	.06310	.08109	.937	- .1591 .2853
		Lisansüstü	.19626	.08499	.144	- .0367 .4292
	Ön Lisans	İlköğretim	- .25062	.14222	.397	- .6404 .1391
		Ortaöğretim	.02282	.07504	.998	- .1828 .2285
		Lisans	.08592	.04977	.419	- .0505 .2223
		Lisansüstü	.21908*	.05591	.001	.0659 .3723
	Lisans	İlköğretim	- .33654	.14550	.143	- .7353 .0622
		Ortaöğretim	- .06310	.08109	.937	- .2853 .1591
		Ön Lisans	- .08592	.04977	.419	- .2223 .0505
		Lisansüstü	.13316	.06379	.228	- .0417 .3080
	Lisansüstü	İlköğretim	- .46970*	.14771	.014	- .8745 - .0649
		Ortaöğretim	- .19626	.08499	.144	- .4292 .0367
		Ön Lisans	- .21908*	.05591	.001	- .3723 - .0659
		Lisans	- .13316	.06379	.228	- .3080 .0417
	İlköğretim	Ortaöğretim	- .03125	.22627	¹ .000	- .6513 .5888
		Ön Lisans	- .13095	.20633	.969	- .6964 .4345
		Lisans	.04121	.21109	¹ .000	- .5373 .6197
		Lisansüstü	.13384	.21430	.971	- .4534 .7211
	Ortaöğretim	İlköğretim	.03125	.22627	¹ .000	- .5888 .6513
		Ön Lisans	- .09970	.10887	.891	- .3981 .1987
		Lisans	.07246	.11764	.973	- .2499 .3949
		Lisansüstü	.16509	.12331	.667	- .1728 .5030

Multiple Comparisons						
Tukey HSD						
ECO ₃	Ön Lisans	İlköğretim	.13095	.20633	.969	-.4345 .6964
		Ortaöğretim	.09970	.10887	.891	-.1987 .3981
		Lisans	.17216	.07221	.122	-.0257 .3701
		Lisansüstü	.26479*	.08111	.010	.0425 .4871
	Lisans	İlköğretim	-.04121	.21109	.000 ¹	-.6197 .5373
		Ortaöğretim	-.07246	.11764	.973	-.3949 .2499
		Ön Lisans	-.17216	.07221	.122	-.3701 .0257
		Lisansüstü	.09263	.09255	.855	-.1610 .3463
	Lisansüstü	İlköğretim	-.13384	.21430	.971	-.7211 .4534
		Ortaöğretim	-.16509	.12331	.667	-.5030 .1728
		Ön Lisans	-.26479*	.08111	.010	-.4871 -.0425
		Lisans	-.09263	.09255	.855	-.3463 .1610
	İlköğretim	Ortaöğretim	.03125	.18589	.000 ¹	-.4782 .5407
		Ön Lisans	-.06219	.16951	.996	-.5267 .4023
		Lisans	.10852	.17342	.971	-.3667 .5838
		Lisansüstü	.25758	.17606	.587	-.2249 .7400
	Ortaöğretim	İlköğretim	-.03125	.18589	.000 ¹	-.5407 .4782
		Ön Lisans	-.09344	.08945	.834	-.3386 .1517
		Lisans	.07727	.09665	.931	-.1876 .3421
		Lisansüstü	.22633	.10130	.169	-.0513 .5039
	Ön Lisans	İlköğretim	.06219	.16951	.996	-.4023 .5267
		Ortaöğretim	.09344	.08945	.834	-.1517 .3386
		Lisans	.17071*	.05933	.034	.0081 .3333
		Lisansüstü	.31977*	.06664	.000	.1372 .5024

Multiple Comparisons						
Tukey HSD						
ECO ₄	Lisans	İlköğretim	- .10852	.17342	.971	- .5838 .3667
		Ortaöğretim	- .07727	.09665	.931	- .3421 .1876
		Ön Lisans	- .17071*	.05933	.034	- .3333 - .0081
		Lisansüstü	.14906	.07603	.287	- .0593 .3574
	Lisansüstü	İlköğretim	- .25758	.17606	.587	- .7400 .2249
		Ortaöğretim	- .22633	.10130	.169	- .5039 .0513
		Ön Lisans	- .31977*	.06664	.000	- .5024 - .1372
		Lisans	- .14906	.07603	.287	- .3574 .0593
	İlköğretim	Ortaöğretim	.06250	.15640	.995	- .3661 .4911
		Ön Lisans	.00570	.14262	¹ .000	- .3851 .3965
		Lisans	.16380	.14591	.795	- .2360 .5636
		Lisansüstü	.26420	.14812	.385	- .1417 .6701
	Ortaöğretim	İlköğretim	- .06250	.15640	.995	- .4911 .3661
		Ön Lisans	- .05680	.07525	.943	- .2630 .1494
		Lisans	.10130	.08132	.724	- .1215 .3241
		Lisansüstü	.20170	.08523	.127	- .0319 .4353
	Ön Lisans	İlköğretim	- .00570	.14262	¹ .000	- .3965 .3851
		Ortaöğretim	.05680	.07525	.943	- .1494 .2630
		Lisans	.15811*	.04991	.014	.0213 .2949
		Lisansüstü	.25851*	.05606	.000	.1049 .4121
	Lisans	İlköğretim	- .16380	.14591	.795	- .5636 .2360
		Ortaöğretim	- .10130	.08132	.724	- .3241 .1215
		Ön Lisans	- .15811*	.04991	.014	- .2949 - .0213
		Lisansüstü	.10040	.06397	.518	- .0749 .2757

Multiple Comparisons						
Tukey HSD						
ECO ₅	Lisansüstü	İlköğretim	- .26420	.14812	.385	- .6701 .1417
		Ortaöğretim	- .20170	.08523	.127	- .4353 .0319
		Ön Lisans	- .25851*	.05606	.000	- .4121 - .1049
		Lisans	- .10040	.06397	.518	- .2757 .0749
	İlköğretim	Ortaöğretim	.02083	.16865	¹ .000	- .4413 .4830
		Ön Lisans	.03510	.15378	.999	- .3863 .4565
		Lisans	.17353	.15733	.805	- .2576 .6047
		Lisansüstü	.26389	.15972	.465	- .1738 .7016
	Ortaöğretim	İlköğretim	- .02083	.16865	¹ .000	- .4830 .4413
		Ön Lisans	.01427	.08115	¹ .000	- .2081 .2366
		Lisans	.15270	.08768	.410	- .0876 .3930
		Lisansüstü	.24306	.09190	.064	- .0088 .4949
	Ön Lisans	İlköğretim	- .03510	.15378	.999	- .4565 .3863
		Ortaöğretim	- .01427	.08115	¹ .000	- .2366 .2081
		Lisans	.13844	.05382	.078	- .0091 .2859
		Lisansüstü	.22879*	.06045	.002	.0631 .3945
	Lisans	İlköğretim	- .17353	.15733	.805	- .6047 .2576
		Ortaöğretim	- .15270	.08768	.410	- .3930 .0876
		Ön Lisans	- .13844	.05382	.078	- .2859 .0091
		Lisansüstü	.09035	.06898	.685	- .0987 .2794
	Lisansüstü	İlköğretim	- .26389	.15972	.465	- .7016 .1738
		Ortaöğretim	- .24306	.09190	.064	- .4949 .0088
		Ön Lisans	- .22879*	.06045	.002	- .3945 - .0631
		Lisans	- .09035	.06898	.685	- .2794 .0987

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Ek 4. Doğrulayıcı Faktör Analiz Sonuçları

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	46	365.920	125	.000	2.927
Saturated model	171	.000	0		
Independence model	18	5336.685	153	.000	34.880

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.011	.909	.875	.664
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.148	.172	.075	.154

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.931	.916	.954	.943	.954
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.817	.761	.779
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	240.920	187.392	302.086
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	5183.685	4948.273	5425.435

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	.917	.604	.470	.757
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	13.375	12.992	12.402	13.598

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.070	.061	.078	.000
Independence model	.291	.285	.298	.000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	457.920	462.520	641.527	687.527
Saturated model	342.000	359.100	1024.540	1195.540
Independence model	5372.685	5374.485	5444.531	5462.531

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	1.148	1.014	1.301	1.159
Saturated model	.857	.857	.857	.900
Independence model	13.465	12.875	14.071	13.470

HOELTER

Model	HOELTER	HOELTER
	.05	.01
Default model	166	180
Independence model	14	15

Minimization: .022

Miscellaneous: .495

Bootstrap: .000

Total: .517

ETİK KURUL KARARI

T.C. GÜMÜŞHANE
ÜNİVERSİTESİ
Rektörlüğü



GÜMÜŞHANE
UNIVERSITY
Rector's Office

GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU

(Proje Onay Formu)

TARİH	:	
YER	:	
ÜYELER	:	Prof. Dr. Günay ÇAKIR (Başkan) Prof. Dr. Hasan AYAYDIN (Üye) Prof. Dr. Müge YILMAZ (Üye) Prof. Dr. Bayram NAZIR (Üye) Prof. Dr. Ekrem CENGİZ (Üye) Prof. Dr. Huri İLYASOĞLU (Üye) Prof. Dr. Ferkan SİPAHİ (Üye)
BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU PROJE ONAY FORMU		
Projenin Adı:	Ekoturizmde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi: Gümüşhane Örneği	
Projenin Niteliği:	Yüksek Lisans Tez Araştırması.	
Proje Araştırmacıları:	Bayram ERGÜN Danışman: Doç. Dr. Uğur AKDU	
Proje Yürütücüsünün Haberleşme Bilgileri:	Adresi İnönü Mah. 15 Şubat. Cad. Alibeyler Yapı Koop. A Blok No:29 Kat:5 Daire:18 Merkez/ GÜMÜŞHANE 05435450661	
Araştırmanın Amacı:	Gümüşhane İli bölgesindeki Ekoturizm alanlarından Zigana Dağı ve Limni gölünü ziyaret eden turistlerin ekoturizm kapsamında hizmet kalitesi beklenti ve algılarının ECOSERV hizmet kalitesi ölçeği kullanılarak değerlendirilecektir. Yapılan değerlendirmeden çıkarılan sonuçların Gümüşhane ilinde Ekoturizm kapsamında gerçekleştirilecek olan faaliyetlerdeki hizmet kalitesinin yükseltilmesi, eksikliklerin tespit edilmesi ve giderilmesi noktasında bu bölgede faaliyet gösteren işletmelere yol göstereceği ve literatüre katkı sunmak amacıyla yapılacak olan araştırmalara ışık tutacağı düşünülmektedir.	
Araştırmanın Gerekçesi:	Araştırma Gümüşhane Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD'nda yüksek lisans tezi için yapılmaktadır.	
Araştırmanın Yöntemi:	Tez çalışmamda anket tekniği kullanılarak turizm faaliyetlerine katılan bireylerden ihtiyaç duyulan veriler toplanacaktır.	

Kullanılacak biyolojik, psikolojik ve teknik vb. tüm yöntemleri açıklayan etik ile ilgili özet:	Anket tekniği ile veriler toplanacaktır. Dolayısıyla katılımcı sayısı konusunda net bir rakam yoktur fakat en az 400 kişiye ulaşılması planlanmaktadır.
--	---

Gümüşhane Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi Bayram Ergün'ün Doç. Dr. Uğur AKDU danışmanlığında yürüttüğü "Ekoturizmde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi: Gümüşhane Örneği" adlı tez çalışması değerlendirilmiştir.

Proje etik açısından uygun bulunmuştur.

Projenin etik açısından geliştirilmesi gerekmektedir.

Proje etik açısından uygun bulunmamıştır.

Prof., Dr. Hasan AYAYDIN
Etik Kurul Üyesi

Prof. Dr. Müge YILMAZ
Etik Kurul Üyesi

Prof. Dr. Bayram NAZIR
Etik Kurul Üyesi

Prof. Dr. Ekrem CENGİZ
Etik Kurul Üyesi

Prof. Dr. Huri İLYASOĞLU
Etik Kurul Üyesi

Prof. Dr. Ferkan SİPAHİ
Etik Kurul Üyesi

Prof. Dr. Günay ÇAKIR
Etik Kurul Başkanı

ÖZGEÇMİŞ

2005-2009 yılları arasında Karadeniz Teknik Üniversitesine bağlı Giresun İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi İktisat Bölümünden mezun oldu. 2011 yılında Gümüşhane Üniveristesine memur olarak atandı. 2016 yılında Atatürk Üniveritesi İş sağlığı ve Güvenliği programından mezun oldu. Gümüşhane Üniversitesi Gümüşhane Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulunda Şef kadrosunda halen görevine devam etmektedir. Evli ve 2 kız çocuğu babasıdır.

