



**EVLENME TURİZMİ EĞİLİMİ: HİNTLİLERİN DÜĞÜN İÇİN
TÜRKİYE'Yİ TERCİH NEDENLERİNE YÖNELİK
BİR ÖLÇEK GELİŞTİRME**

Yüksek lisans Tezi

Sana Parveen Ansari

Eskişehir 2024

**EVLENME TURİZMİ EĞİLİMİ: HİNTLİLERİN DÜĞÜN İÇİN TÜRKİYE'Yİ
TERCİH NEDENLERİNE YÖNELİK BİR ÖLÇEK GELİŞTİRME**

Sana PARVEEN ANSARI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Turizm İşletmeciliği Bölümü

Danışman: Prof. Dr. Erkan SEZGİN

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Haziran 2024

Eskişehir

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Sana PARVEEN ANSARI'ın "Evlenme Turizmi Eğilimi: Hintlilerin Düğün için Türkiye'yi Tercih Nedenlerine Yönelik Bir Ölçek Geliştirme" başlıklı tezi 26 Haziran 2024 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği programında, yüksek lisans tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Prof. Dr. Erkan SEZGİN

Üye :Dr.Öğr.Üy. Burak DÜZ

Üye :Dr.Öğr.Üy. Gül Nur DEMİRAL

Prof. Dr. Saime ÖNCE
Anadolu Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

ÖZET

EVLENME TURİZMİ EĞİLİMİ: HİNTLİLERİN DÜĞÜN İÇİN TÜRKİYE'Yİ TERCİH NEDENLERİNE YÖNELİK BİR ÖLÇEK GELİŞTİRME

Sana PARVEEN ANSARI

Turizm İşletmeciliği Bölümü

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Haziran 2024

Danışman: Prof. Dr. Erkan SEZGİN

Bu çalışma, Hintli çiftlerin düğün destinasyonu olarak Türkiye'yi tercih etmelerine özellikle vurgu yaparak, düğün turizminin artan eğilimini incelemektedir. Mevcut literatürün kapsamlı bir incelemesi yoluyla bu araştırma, Hintli çiftlerin düğün törenleri için Türkiye'yi seçmelerine neden olan temel motivasyonları araştırmaktadır. Ayrıca, araştırma gelişen bu eğilimin kültürel ve ekonomik sonuçlarını da incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma, bu tercihi yönlendiren faktörleri aydınlatarak, düğün turizminin dinamikleri hakkında değerli bilgiler sunmayı ve böylece turizm ve konaklama sektörlerindeki paydaşları bilgilendirmeyi amaçlamaktadır. Bulgular, Türkiye'nin erişilebilirlik, uygun fiyatlılık, kültürel teklifleri, mutfak çeşitliliği, balayı fırsatları, misafir eğlencesi, lüks olanaklar, Hindistan'daki zorluklar ve genç neslin benzersiz deneyimlere olan eğilimi gibi faktörler nedeniyle çekici olduğunu vurgulamaktadır. Sonuç olarak, bu araştırma düğün turizminde gelişen trendlerin ve bunların uluslararası hem endüstri hem de kültürel alışveriş üzerindeki etkilerinin daha ayrıntılı bir şekilde anlaşılmasına katkıda bulunmaya yönelik özgün bir ölçek geliştirmeyi hedeflemektedir.

ANAHTAR KELİMELE: Düğün Turizmi, Destinasyon Düğünleri, Türkiye, Hint Düğünleri, Ölçek Geliştirme

ABSTRACT

WEDDING TOURISM TRENDS: A SCALE DEVELOPMENT CONSIDERING THE REASONS FOR INDIANS' PREFERENCES TÜRKİYE IN WEDDINGS

Sana PARVEEN ANSARI

Department of Tourism Management

Anadolu University, Graduate School of Social Sciences, June 2024

Supervisor: Prof. Dr. Erkan SEZGİN

This study delves into the escalating trend of wedding tourism, with a particular emphasis on the preferences of Indian couples for Türkiye as their chosen wedding destination. Through a comprehensive examination of the available literature, this research investigates the underlying motivations prompting Indian couples to select Türkiye for their wedding ceremonies. Furthermore, it aims to scrutinize the cultural and economic ramifications of this burgeoning trend. By shedding light on the factors influencing this preference, the study aims to offer important insights into the dynamics of wedding tourism, thus guiding stakeholders in the tourism and hospitality industries. The findings underscore Türkiye's appeal due to factors such as accessibility, affordability, cultural offerings, culinary diversity, honeymoon opportunities, guest entertainment, luxury amenities, challenges in India, and the younger generation's inclination towards unique experiences. Consequently, this research seeks to create an original scale to enhance the comprehension of emerging trends in wedding tourism and their effects on both the industry and international cultural exchange.

KEYWORDS: Wedding Tourism, Destination Weddings, Türkiye, Indian Weddings, Scale Development

....../....../2024

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

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

Sana Parveen Ansari

İÇİNDEKİLER

ÖZET	iii
ABSTRACT.....	iv
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	v
1. GİRİŞ	1
2. LİTERATÜR İNCELEMESİ	10
2.1 Gelenekleri Trendle Birleştirme: Düğün Turizmi ve Hint Düğünü.....	10
2.2 Yurtdışında düzenlenen Hint Düğünleri	14
2.3 Türkiye: Destinasyon Düğünleri için Bir Seçenek	18
2.4 Hindistanlı çiftlerin Türkiye'yi destinasyon düğünleri için tercih etmesi	22
2.5 Türkiye-Hindistan Bağları: Tarihsel Köklerden Modern Birliktelilere	26
3. YÖNTEM	30
3.1 Araştırmanın Deseni.....	30
3.2 Araştırma soruları	31
3.3 Katılımcılar	31
3.4 Nitel Araştırma Yöntemi	32
3.4.1 Veri toplama yöntemi ve prosedürü	32
3.4.2 Nitel verilerin analizi	34
3.4.3 Nitel verilerin geçerliliği ve güvenilirliği	35
3.5 Nicel Araştırma Yöntemi	37
3.5.1 Veri toplama yöntemi ve prosedürü	38
3.5.2 Nicel verilerin analizi	40
4. BULGULAR VE YORUM.....	42
4.1 Katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili bulgular.....	42
4.2 Nitel Araştırma Bulguları	43
4.3 Nicel Araştırma Bulguları	48

4.3.1 Hintli Çiftlerin Düğün Destinasyonu Seçim Ölçeğine İlişkin	
Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) Bulguları.....	48
4.3.2 Hintli Çiftlerin Düğün Destinasyonu Seçim Ölçeğine İlişkin	
Doğulayıcı Faktör Analizi (DFA) Bulguları.....	50
4.3.3 Birleşik Güvenirlik (CR), Ayırtedici Geçerlik (DV).....	52
5. SONUÇ VE TARTIŞMA	55
KAYNAKÇA	61
ÖZGEÇMİŞ	
EKLER - Ek 1. INwedds-TR ölçeğinin Orijinal (İngilizce) versiyonu	



TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 4.1 Katılımcıların demografik özellikleri.....	43
Tablo 4.2 Düğün destinasyonu seçim sürecini etkileyen faktörlere ilişkin bulgular.....	44
Tablo 4.3 Hintli çiftlerin Düğün Destinasyonu seçim sürecine ilişkin AFA Bulguları	49
Tablo 4.4 Hintli Çiftlerin Düğün Destinasyonu Seçim Ölçeğinin DFA Uyum İndeksi Değerleri.....	51
Tablo 4.5 Birleşik Güvenirlilik (CR), Ayırteıcı Geçerlik (DV).....	53
Table 4.6 Ölçeğin 4 faktörlü ve 34 maddeden oluşan son hali.....	54

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 4.1 Hintli Çiftlerin Düğün Destinasyonu Seçiminin DFA faktör yapısı	52
--	----

1. GİRİŞ

Bu çalışmanın amacı, Hintli çiftlerin düğün destinasyonu olarak Türkiye'yi seçmelerine ilişkin bakış açılarını araştırmaktır. Bu çalışma, bireylerin karar verme sürecini etkileyen belirleyicileri ve düğün organizasyonları için Türkiye'nin çekiciliğini anlamayı amaçlamaktadır. UNWTO (2015) tarafından tanımlanan düğün turizmi, genç bir çiftin ve onların olası misafirlerinin, hiçbirinin yaşamadığı bir destinasyona yaptığı ve gezinin asıl amacı düğün töreni yapmak olan seyahat faaliyetlerini ifade etmektedir. Yaygın olarak destinasyon düğünleri olarak adlandırılan düğün turizmi, daha geniş turizm endüstrisi içerisinde dikkate değer bir sektör haline gelmiştir. Destinasyon düğünleri, çiftlerin evlenmek ve birlikteliklerini anmak için memleketlerinin dışındaki yerleri seçtikleri, genellikle sevdiklerinin huzurunda gerçekleştirilen törenlerdir. Bu olgunun popülaritesindeki artış, küresel seyahat imkânlarının genişlemesi, sosyo-kültürel standartların gelişmesi ve farklı ve unutulmaz düğün buluşmalarına olan talep gibi çeşitli faktörlerden kaynaklanmaktadır. Düğün turizmi, çiftler ve misafirler için ulaşım (uçak ve transfer gibi) ve konaklama sağlamak, ek hizmetler ve eğlence seçenekleri sunmak gibi çeşitli yönleri içermektedir (De Witt, 2006). Düğün turizminin turizm sektörünün önemli bir unsuru olarak ortaya çıkışı, özellikle destinasyon düğünlerindeki büyük artış nedeniyle açıkça görülmektedir (Travel Trends Today, 2013; Travel Daily UK, 2014). Düğün turizmi, zaman içinde önemli miktarda gelir birikimine yol açan kayda değer bir küresel büyüme yaşamıştır. İdeal düğün mekânlarını titizlikle düzenlemek isteyen çiftler için en iyi düğün mekânları hakkında ayrıntılı bilgi, takip edilmesi gereken kurallar ve profesyonel tavsiyeler sağlayan kapsamlı danışmanlık hizmetlerinin varlığı giderek artmaktadır. Bu tavsiyeler, her hususun dikkate alındığını garanti ederek sorunsuz ve unutulmaz bir deneyim sağlamaktadır.

Destinasyon turizmi veya evlilik turizmi olarak da bilinen düğün turizmi, gelin ve damadın misafirleriyle birlikte evlilik yemini etmek için manzaralı bir yere seyahat etmesini gerektirir. Bu turizm türü, küresel turizm sektöründe farklı ve güçlü bir konum geliştirerek önemli bir büyüme göstermiştir. Bu düzenleme, çeşitli uluslararası kuruluşlara, hükümetlere, ekosistem katılımcılarına, çiftlere ve misafirlerine önemli avantajlar sağlamaktadır. Düğün turizminin popülaritesi giderek artmakta olup, bu durum düğünlerin yapıldığı yerlerin ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır. Aynı zamanda çiftlerin yabancı ve heyecan verici bir lokasyonda benzersiz ve unutulmaz bir düğün deneyimi yaşamasına da olanak tanımaktadır. Bu olgu yalnızca oteller, yemek şirketleri ve etkinlik organizatörleri gibi yerel işletmelerin

büyümesini teşvik etmekle kalmamakta, aynı zamanda kültürel alışverişi ve dünya çapındaki birbirine bağlılığı da artırmaktadır.

Düğün turizmi, önemli bir büyüme yaşamış olup 21. yüzyılın başından bu yana daha büyük turizm endüstrisi içinde öne çıkan ve başarılı bir sektör haline gelmiştir. Bu sektör, genellikle akrabalarının ve arkadaşlarının huzurunda evlilik yemini etmek için manzaralı ve sıklıkla uzak yerlere giden çiftleri kapsamaktadır. Düğün turizmi, düğün törenini tatille birleştirmenin çekiciliği nedeniyle dünya çapında birçok çift için cazip bir seçim haline gelmiştir. Bu olgu sadece çiftlerin unutulmaz deneyimler yaşamalarıyla sonuçlanmamış, aynı zamanda ilgili destinasyonlar için önemli ekonomik avantajlar da sağlamıştır. Buna yerel turizmdeki ve konaklama, etkinlik organizasyonu ve ulaşım gibi bağlantılı işlerdeki artış da dâhildir. Sonuç olarak, birçok ülke kendilerini aktif olarak en iyi düğün mekânları olarak pazarlamakta ve düğün turizmi önemli bir gelir kaynağı olarak ortaya çıkmaktadır.

Düğünler, evrensel olarak kabul gören en önemli sosyal etkinliklerdir (Walker, 2016) ve bireylerin hayatlarında önemli kilometre taşları olarak büyük bir öneme sahiptir, aşkın ve bağlılığın birleşimini temsil etmektedir. Çiftler, düğün günlerinin yalnızca kendileri için değil, aynı zamanda kutlama şenliklerine katılan misafirleri için de unutulmaz olmasını sağlamak amacıyla önemli miktarda zaman, enerji ve kaynak ayırmaktadır. Dalgalanan modeller ve büyüyen beklentilerle işaretlenen, sürekli değişen bir turizm endüstrisi bağlamında, düğün turizmi genişleme ve yaratıcılık için bol olanaklara sahip, gelecek vaat eden bir sektör olarak ortaya çıkmaktadır. Düğün turizminin başarısı, duygusal ve ekonomik faktörlerin birleşiminden kaynaklanmaktadır. Çiftler, farklı ve güzel mekânlarda kalıcı anılar yaratma özlemiyle hareket etmektedir. Ayrıca düğün sektörü, destinasyon mekânlarının yerel ekonomisini artırmada önemli bir rol oynamaktadır. Düğün turizmi, değişen sosyal standartlar, daha fazla seyahat erişilebilirliği ve kültürel bir trend olarak destinasyon düğünlerinin popüleritesi nedeniyle son yirmi yılda hızla büyümüştür. Düğünler, samimi törenlerden, dünya çapında insanların hayal gücünü cezbeden abartılı gösterilere dönüşmüştür. Düğünler yalnızca aşkı anmakla kalmamakta, aynı zamanda bireysel tarzı ve kültürel mirası da sergilemektedir. Düğün turizmi giderek daha popüler hale gelmektedir, ancak bu turizm türünü çeşitli yönleriyle inceleyen kapsamlı araştırmaların eksikliği dikkat çekmektedir. Bu boşluk, akademisyenlere ve sektör paydaşlarına düğün turizminin inceliklerini ve bunun hem kişiler hem de destinasyonlar açısından sonuçlarını daha fazla keşfetme imkânı sunmaktadır.

Çiftler, düğün mekânı seçerken hayatlarında önemli anlam taşıyan birçok kişisel faktörden etkilenmektedir. Bireylerin eylemlerinin ardındaki motivasyonlar, çocukluk özlemlerinin peşinde koşmaktan, kültürel kökleriyle yeniden bağlantı kurma arzusuna kadar çeşitlilik göstermektedir. Bazı çiftler yeni maceralar ve deneyimler arayışındayken, diğerleri kendilerini yabancı bir kültüre kaptırarak kalıcı ve dikkat çekici anılar yaratmayı amaçlamaktadır. Ayrıca turizm organizasyonları, ek büyümeyi teşvik etmek ve pazardaki finansal kazançları en üst düzeye çıkarmak için bu motivasyonlardan yararlanmaktadır. Ancak, detayların organize edilmesi ve yönetilmesi gibi yoğun ve kaotik bir süreçte, düğünlerin duygusal boyutunu da ihmal etmemek gerekmektedir. Çok sayıda ayrıntı ve düzenlemenin ortasında, sevginin ve bağlantının temel doğası sıklıkla daha az önem kazanmaktadır. Kutlamanın çiftin farklı bağını ve ortak deneyimlerini gerçekten yansıtmasını sağlamak için düğünlerin duygusal önemini kabul etmek ve geliştirmek çok önemlidir.

Giderek daha fazla sayıda çift, düğün törenleri için alışılmadık ve heyecan verici destinasyonlar seçmekte ve düğün kutlamalarını kendileri ve misafirleri için bir tatil deneyimiyle birleştirmektedir. Ortaya çıkan bu trend, seçilen mekânlar için önemli ekonomik sonuçlar doğurmakta ve katılan düğün partileri için farklı kültürel deneyimler sağlamaktadır. Düğünler, bireylerin hayatında büyük öneme sahip olup, evliliğe hazırlanan çiftler için büyük bir dönüm noktasını simgelemektedir. Bu önemli olayı anmak ve kutlamak amacıyla ailelerin bir araya geldiği bir dönemdir. Düğün turizmi, gelin ve damadın yaşadığı yer dışında veya her iki kişinin ikamet ettiği yerden farklı bir yerde gerçekleşen düğünlere katılmak için seyahat eden turistlerin eylemini ifade etmektedir (Del Chiappa ve Fortezza, 2013, Vidauskaite'de referansla, 2015). Destinasyon düğünlerinin artan popüleritesi, çiftlere, genellikle ayrı bir balayı gezisinin maliyetine benzer bir maliyetle, düğün şenliklerini unutulmaz bir balayı deneyimiyle birleştirme imkânı sunmaktadır. Düğünleri organize etmenin bu yeni yöntemi, çağdaş toplumdaki sosyo-ekonomik dinamiklerdeki değişimlerin bir sonucu olarak popülerlik kazanmıştır. Şu anda dünyanın önde gelen ulusal turizm sitelerinde düğün turizmini teşvik eden özel alanlar bulunmaktadır. Bu uygulamanın yaygınlığı, düğün turizminin dünya çapında turizm sektörünün öne çıkan bir segmenti olarak kabul edildiğini vurgulamaktadır. Ülkeler, düğünlerini olağanüstü ve manzaralı destinasyonlarda kutlamak isteyen çiftleri ikna etmek amacıyla çeşitli cazibe merkezlerini aktif olarak tanıtmaktadır. Bu çabalar, düğün turizminin seyahat endüstrisinin hayati ve karlı bir sektörü olarak konumunu sağlamlaştırmaktadır.

Çiftler, düğün harcamalarını optimize etmeyi amaçladıkça, düğün töreni ve balayını tek bir uluslararası etkinlikte birleştirme fikri önemli bir popülerlik kazanmaktadır. Çiftler, bu

yöntemi tercih ederek yaptıkları harcamalardan en iyi şekilde faydalanırken kalıcı anılar da biriktirebilmektedirler. Ayrıca, destinasyon düğünlerinin popülaritesinin artması turizm işletmelerini de önemli ölçüde etkilemiştir. Popüler düğün destinasyonlarındaki oteller, tatil köyleri ve diğer şirketler, hizmetlerini çiftlerin ve misafirlerinin özel gereksinimlerini karşılayacak şekilde ayarlayarak düğün turizminin ekonomik önemini artırmıştır. Genel olarak düğünlerin yabancı ülkelerde gerçekleşmesi, düğün düzenlemelerindeki değişen zevkleri ve modern kültürde düğün, seyahat ve turizm arasındaki gelişen bağlantıyı yansıtmaktadır.

Düğünler, çoğunlukla turizm ve konaklama endüstrilerinden alınan çok çeşitli hizmetleri gerektirmektedir. Olağanüstü ve unutulmaz bir düğün yaratmak için kişiye özel hizmetler sunmak, misafirlere yeni deneyimler sağlamak, programları titizlikle düzenlemek ve mekânları büyük bir dikkatle seçmek önemlidir. Bu kişiye özel yaklaşım, her çiftin düğün gününün kişisel ayrıntılarla dolu olmasını ve onların farklı tarz ve tercihlerini yansıtmalarını garanti etmektedir. Küresel düğün turizm endüstrisi önemli ve hızlı bir genişleme yaşadı, çünkü giderek daha fazla çift, memleketlerindeki geleneksel törenler yerine destinasyon düğünleri tercih etmektedir. Bu eğilim, Kuzey Amerika, Avrupa, Asya ve Orta Doğu dâhil olmak üzere birçok bölgede belirgindir. Düğün turizminin dikkate değer bir özelliği, çiftlerin erişebileceği geniş destinasyon seçenekleridir. Düğün deneyimlerini kendi tercihlerine ve finansal kaynaklarına göre özelleştirmek söz konusu olduğunda, çiftlerin önünde lüks sahil tatil köyleri, önemli tarihi yerler ve büyüleyici kırsal manzaralar da dâhil olmak üzere çok çeşitli alternatifler bulunmaktadır. Düğün turizmi, destinasyonlar, oteller, tatil köyleri ve yerel işletmeler için oldukça karlı bir sektördür. Konaklama, yemek, ulaşım, eğlence ve düğünlerle ilgili diğer hizmetlere yönelik harcamaları teşvik ederek ekonomik faaliyeti artırmaktadır. Çok sayıda mekân, bu karlı özel pazardan yararlanmak için kendilerini agresif bir şekilde düğün mekânı olarak pazarlamaktadır.

Düğün turizmi, yalnızca önemli bir ekonomik etkiye sahip olmakla kalmamakta, aynı zamanda hem mekânlar hem de katılan çiftler için kültürel ve sosyal avantajlar da sağlamaktadır. Destinasyon düğünleri, bazen farklı kültür ve geleneklerin kaynaşmasını gerektirmekte ve bu durum hem düğün partisi hem de ziyaretçiler için olağanüstü ve unutulmaz deneyimlerle sonuçlanmaktadır. Ayrıca, kültürler arası alışverişi kolaylaştırarak, farklı geçmişlere sahip bireyler arasındaki ilişkileri geliştirmektedir. Çiftler, düğünlerine ev sahipliği yapmak için aktif olarak benzersiz ve manzaralı mekânlar ararken, daha az bilinen alanların tanıtılmasında ve kültürel mirasın korunmasında rol oynamaktadırlar. Düğün turizmi ve destinasyon toplulukları arasındaki karşılıklı bağımlı bağlantı, düğün turizminin finansal

faydaların ötesindeki daha geniş etkisini vurgulamakta ve onu küresel turizm endüstrisinin dinamik ve çeşitli bir unsuru haline getirmektedir. Düğün turizmi, küresel anlamda gelişen turizm destinasyonları ve yerel ekonomiler açısından önemli bir gelir kapısı olmuştur. Bu bölgeler, destinasyon düğünlerinin cazibesinden yararlanmak amacıyla, evlenecek çiftlerin ve onların misafirlerinin taleplerini karşılamak üzere özel olarak tasarlanmış altyapı ve hizmetlere yatırım yapmıştır. Bu da ekonomik kalkınmanın hızlanmasına yol açmıştır. Ayrıca çevrim içi seyahat acentalarının yaygınlaşması, düğün organizasyon sürecini tamamen dönüştürmüştür. Bu durum, çiftlere mali kısıtlamalarına ve davet etmek istedikleri misafir sayısına uyacak şekilde özel olarak tasarlanmış destinasyon düğün paketlerini kolayca arama ve seçme olanağı sağlamıştır. Düğün turizmi işinin artan erişilebilirliği, daha geniş bir çift yelpazesinin egzotik yerlerde rüya gibi düğünlere sahip olmasını mümkün kılmıştır (Research and Markets, 2018).

Düğün turizmi olgusu, mali kaynakların yeni ortaya çıkan tatil destinasyonlarına ve bu destinasyonların desteklediği yerel ekonomilere akmasını sağlayan güçlü bir katalizör olarak ortaya çıkmıştır. Düğünler, önemli bir ekonomik fırsata dönüşerek her mekânın kendisini hayatın en unutulmaz olaylarından birini anmak için en uygun ortam olarak pazarlamasına olanak tanımıştır (Boden, 2001). Düğünlerin ticarileştirilmesi, ev sahibi ülkelerin kendi özelliklerini, pitoresk manzaralarını ve kültürel zenginliğini sergilemelerine ve kendilerini unutulmaz düğün şenlikleri için ideal ortam olarak sunmalarına olanak tanımaktadır. Bu olgu, yalnızca yerel turizm sektörünü geliştirmekle kalmayıp, aynı zamanda oteller, mekânlar ve diğer ilgili işletmelerdeki rezervasyonları artırarak bölge için önemli bir ekonominin canlanmasını sağlayan etki de yaratmaktadır. Ancak, düğün turizminin vaatleri yalnızca finansal destek sağlamanın ötesine uzanmaktadır. Bu araştırma, düğün turizminin kültürel alışveriş için bir katalizör ve sürdürülebilir turizmin geliştirilmesi için stratejik bir araç olarak potansiyelini araştırmaktadır.

Düğünler, coğrafi ve kültürel sınırları aşan, uzun süredir devam eden kültürel ve kişisel bir törendir. Buna ek olarak düğünler, iki kişinin ve ailenin birleşmesini temsil eden, ortak hedef ve tutkularla karakterize edilen yeni bir aşamanın başlangıcını simgeleyen önemli etkinliklerdir. Bir düğün töreninin hazırlanmasında dikkatli ve ayrıntılı planlama yapılması ve küçük ayrıntılara odaklanılması, bu etkinliğe verilen önemi göstermektedir. Çiftin değerleri ve hedefleri ile uyumlu ideal bir mekânın titizlikle seçilmesinden, duyuları memnun eden ve kültürel miraslarını bünyesinde barındıran bir yemeğin özenle hazırlanmasına kadar, düğünün her unsuru anlam ve amaç ile doludur. Düğünler, çiftlerin farklılıklarını ve yaratıcılıklarını sergilemeleri için ayrı bir fırsat sunar. Kişiliklerini ve bağlantılarını gerçekten yansıtan bir

kutlama hazırlamak için köklü gelenekleri çağdaş gelişmelerle birleştirirler. Çiftler ister kişiselleştirilmiş yeminler ister benzersiz süslemeler, isterse özenle seçilmiş şarkılar olsun, düğünlerine kendileri ve misafirleri üzerinde derin bir yankı uyandıran kişisel unsurları aşılama imkânına sahiptir. Düğünler yalnızca törensel etkinlikler değildir. Sevginin, birliğin ve insani bağların derin etkisinin kutlanışını sembolize etmektedir. Çiftler, sevdikleriyle birlikte bu yolculuğa çıkarken, kalıcı anılar yaratarak, neşe ve ortak deneyimlerle şekillenen bir geleceğin temellerini atmaktadırlar.

Destinasyon düğünlerinin koordinasyonu ve düzenlenmesi, yıl boyunca faaliyet gösteren gelişen bir konudur. Bu sektör, yalnızca düğün planlamacılarına ve etkinlik profesyonellerine önemli faydalar sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda ulaşım, konaklama ve yeme içme sektörleri üzerinde de büyük bir etkiye sahip olmaktadır. Destinasyon düğünleri, havayolları, oteller ve yerel restoranlar için önemli bir talep yaratmakta, bu da genel turizm endüstrisini canlandırmaktadır. Düğün turizminin işletmeler üzerindeki önemli ekonomik etkisi, acil etkinlik planlama endüstrisinin ötesine uzanmakta ve birden fazla sektörü birbiriyle ilişkili bir şekilde etkilemektedir (Major ve diğerleri, 2010). Düğün organizasyonu yapan işletmeler, havayolları, kruvaziyer şirketleri, otel zincirleri, tatil köyleri ve diğer paydaşlar, turizm hizmetlerine destinasyon düğünlerini de dâhil etmenin getirdiği önemli mali fırsatların daha fazla farkına varmaya başlamaktadır. Bu kuruluşlar, bu spesifik pazar segmentini hedef alarak seyahat, konaklama, etkinlik organizasyonu ve catering gibi çeşitli hizmetler içeren oldukça karlı bir gelir kaynağına ulaşabilirler. Destinasyon düğünleri, sadece bireysel karları artırmakla kalmamakta, aynı zamanda uluslararası misafirlerin farklı ek hizmetlere harcama yapmasıyla yerel ekonomileri de desteklemektedir. Bu durum, destinasyon düğünlerinin turizm endüstrisi için çok yönlü bir ekonomik fayda sağlamasını sağlamaktadır. Küreselleşme eğiliminin gün geçtikçe artmasıyla birlikte, giderek artan sayıda çift, düğün törenlerini farklı, egzotik ve samimi mekânlarda kutlamak istemektedir. Bu trend, geleneksel yerel düğünlerin ötesinde, benzersiz ve unutulmaz deneyimlere olan özlemi ifade etmektedir. Sonuç olarak, destinasyon düğünleri pazarı, tüm turizm endüstrisinde en hızlı büyüyen segmentlerden biri haline gelmiştir.

Büyüyen pazar günümüzde dünya çapındaki tüm düğünlerin neredeyse %25'ini oluşturmakta, bu da düğün turizminin ne kadar önemli olduğunu vurgulamaktadır. Destinasyon düğünleri, önemli ekonomik ve gelişimsel potansiyele sahiptir ve bu durum, düğün planlamacıları ve popüler destinasyonlardaki yerel işletmeler de dâhil olmak üzere birçok paydaşa fayda sağlamaktadır. Sektörün cazibesi, son yıllarda %10'dan %75'e kadar değişen

olağanüstü yıllık büyüme oranlarında yatmaktadır. Bu eğilimin hızlı büyümesi, düğün kutlamalarını seyahatle birleştirmeyi seven ve hem kendileri hem de misafirleri için unutulmaz deneyimler yaratmayı amaçlayan çiftlerin sayısındaki artışla ilişkilendirilebilir (Szczepanik ve Wiesner, 2018).

Turizmin destinasyon düğünlerinden kaynaklanan etkisi göz ardı edilemez. Düğünün ötesinde hem çift hem de misafirler sıklıkla çeşitli aktif turizm faaliyetlerine katılarak düzenli turistlere dönüşürler. Bu ziyaretçi akışı yalnızca yerel ekonomiye ek harcama sağlamakla kalmaz, aynı zamanda destinasyon için bir tür ağızdan ağza pazarlama işlevi de görür (Szczepanik ve Wiesner, 2018). Yeni evli turistler, düğün kutlamalarının ötesinde destinasyona girerken, restoranlar, mağazalar, tur operatörleri ve turistik yerler de dâhil olmak üzere yerel işletmelerin gelişimini aktif olarak desteklemektedirler. Yerel sakinler genellikle onlardan daha az harcama yapmakta ve bu da bölgeye önemli bir ekonomik fayda sağlamaktadır. Dahası, olumlu karşılaşmaları ve onayları, bölgenin başkalarına tanıtılmasına katkıda bulunmakta ve böylece turizmin genişlemesini teşvik etmektedir. Destinasyon düğünleri, geçici ziyaretçileri destinasyonun destekçilerine dönüştürerek ve düğün şenlikleri bittikten sonra bile sürdürülebilir ekonomik faaliyet yaratarak turizmin büyümesini teşvik etmede önemli bir rol oynamaktadır. Schumann ve Amado (2010), birçok yerin, destinasyon düğünlerinin büyüyen ve karlı işine stratejik olarak uyum sağladığını belirtmektedir. Birçok ülke için bu sektör, turizm endüstrisinin önemli bir unsuru haline gelmiştir. Etkinliklerin düzenlenmesi, destinasyon rekabetçiliğini artırma, yatırımı teşvik etme ve ekonomik büyüme fırsatlarını değerlendirme yeteneğine sahiptir (Maguire, 2019). Bu nedenle, ülkelerin yöneticileri, turizmi geliştirmek için etkinlikleri ekonomik faydalar ve istihdam yaratma potansiyeli nedeniyle bir katalizör olarak kullanmaya yönelmektedirler. Bu, özelleştirilmiş düğün paketlerinin oluşturulmasını, konaklama seçeneklerinin iyileştirilmesini ve düğün törenleri için unutulmaz ve alışılmadık yerler arayan çiftlerin ilgisini çekecek farklı mekânların sağlanmasını içermektedir. Sonuç olarak destinasyon düğünleri, sadece düğün katılımcılarını değil aynı zamanda onların aile ve arkadaşlarını da çeken, turizm için önemli bir katalizör olarak ortaya çıkmıştır. Bu misafirler genellikle konaklama sürelerini uzatmakta ve harcamalarını artırmakta, böylece yerel ekonomiyi canlandırmaktadır. Bu mekânların odaklanmış pazarlaması ve esnekliği, dünya turizm endüstrisinde düğün turizminin önemini ve genişlemesini vurgulamaktadır.

Çok sayıda web sitesi, destinasyon düğünlerinin birçok avantajını vurgulamaktadır. Bu avantajlar arasında göz alıcı ve benzersiz manzaraların yanı sıra daha elverişli iklim koşulları yer almaktadır. Destinasyon düğünleri, çiftlerin davetli listelerini sık sık yakın arkadaşları ve

aileleriyle sınırlamasına olanak tanıyarak daha samimi ve kişisel bir ortam oluşturma eğilimindedir. Ayrıca, birçok destinasyon, mekânları, yiyecek-içecek hizmetlerini ve diğer gerekli unsurları içeren ekonomik her şey dâhil paketler sunarak, tipik düğünlere kıyasla daha düşük maliyetli olabilir. Bu bağlamda, destinasyon düğünleri tüm katılımcılara olağanüstü ve unutulmaz bir deneyim sunmaktadır. Katılımcılar, alışılmadık yerleri keşfetme fırsatı bulmakta ve çiftin bu önemli gününü kutlarken kısa bir tatil yapma imkânına sahip olmaktadır. Destinasyon düğünleri, benzersiz seyahat, kutlama ve kültürel keşif deneyimlerini bir araya getirdiği için birçok çift için çekici bir seçenek olarak öne çıkmaktadır. Bu nedenle, destinasyon düğünlerinin popülaritesi artmakta ve çiftlerin ideal düğünlerini farklı bir yerde düzenlemelerine yardımcı olan çevrim içi hizmetlerin çeşitliliği de artmaktadır.

Destinasyon düğünleri ve buna bağlı seyahat ve turizm giderek daha popüler hale gelmesine rağmen, bu alanda henüz kapsamlı bir akademik araştırma eksikliği mevcuttur. Çiftlerin egzotik destinasyonlarda evlenmeyi tercih etmeleriyle düğün sektöründe önemli bir genişleme yaşansa da akademik araştırmalar bu trende henüz yeterince odaklanmamıştır. Bu alandaki araştırma eksikliği, destinasyon düğünlerinin dinamiklerini, ekonomik sonuçlarını ve kültürel önemini daha iyi anlamak için daha kapsamlı çalışmaların yapılması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Hali hazırda mevcut olan materyallerin önemli bir kısmı, pratik bilgi ve güncel gelişmeleri sunan profesyoneller, seyahat şirketleri ve düğün planlamacıları tarafından yayılmaktadır. Ancak konunun daha derinlemesine anlaşılması için kapsamlı bir akademik araştırma yapılması gerekmektedir. Bu alandaki potansiyel araştırmalar, çiftlerin destinasyon düğünlerini tercih etmelerinin altında yatan nedenler, bu tür düğünlere ev sahipliği yapan yerlerin mali avantajları ve yakındaki kasabalar üzerindeki toplumsal ve ekolojik etkiler gibi farklı yönleri inceleyebilir. Bu boşluğun bilimsel literatürde ele alınması, araştırmacılara sadece avantaj sağlamakla kalmayacak, aynı zamanda politika yapıcılar, turizm kurulları ve sektör paydaşları için de hayati bilgiler sunacaktır. Bu, turistler ve destinasyonlar için uzun vadeli ve karşılıklı olarak faydalı sonuçları garanti ederek, bu hızla genişleyen pazar segmentinin avantajlarını en üst düzeye çıkarmak için bilgiye dayalı kararlar almayı ve planlar geliştirmeyi güçlendirecektir.

Destinasyon düğünlerinin popülaritesi çeşitli faktörlerden dolayı artmaktadır. Öncelikle, yurt dışında evlenmek ekonomik açıdan daha avantajlı olabilir. Birçok çift, uzak bir yerde daha küçük ve daha samimi bir düğün düzenlemenin, kendi ülkelerinde görkemli bir düğün organize etmekten daha maliyet açısından uygun olduğunu keşfetmektedir. Bir destinasyon düğünü seçmek, çiftlerin davet ettikleri misafir sayısını büyük ölçüde azaltmalarına olanak tanımakta,

bu da genel masrafların azalmasına yol açmaktadır (Breg, 2013). Ayrıca, tatil düğünleri genellikle daha az stresli olabilir. Bu tür düğünler, çiftlere, geleneksel evliliklerin sıkça beraberinde getirdiği düğün çatışmalarından ve kültürel baskılardan kaçma fırsatı sunmaktadır. Çiftler, birçok ülkede yaygın olan uzun hazırlık süreçlerini, ritüelleri ve sosyal gelenekleri takip etmek yerine, düğün deneyimlerini kendi zevklerine göre özelleştirme seçeneğine sahiptir (Breg, 2013).

Düğün sektörünün şekillenmesinde, tüketici tercihleri giderek daha etkili hale gelmektedir. Özellikle Y kuşağı, yeni düğün konseptlerini geliştirmede öncü rol oynamaktadır. Daha yüksek eğitim seviyelerine ve daha iyi farkındalığa sahip olan Y kuşağı, genellikle belirli ihtiyaçlara odaklanmakta ve kendi kişilikleriyle uyumlu ürün veya deneyimler aramaktadır (Wall ve Mathieson, 2006). Özgünlük dürtüsü, düğünlerin farklı bölümlerinde görülebilir; temalar, kıyafetler, müzik, çiçekler ve dekorasyonlar, her birinin farklılık ve kişiselleştirme içermesi gerektiği düşüncesiyle şekillenmektedir. Düğün etkinlikleri üzerine yapılan araştırmalar, bu noktaya kadar konaklama literatüründe göz ardı edilmiştir. Birkaç çalışma, çiftlerin balayı mekanları seçimleri gibi çeşitli yönleri incelemiştir (örneğin, Jang, Lee, Lee ve Hong; S. Kim ve Agrusa, 2005), tüketici satın alma davranışları üzerine yapılan araştırmalar (Major, McLeay ve Waine, 2010), farklı ülkelerde düğün resepsiyon mekanlarının seçimini etkileyen faktörler (Daniels vd., 2012; Lau ve Hui, 2010; Napompech, 2014). Dahası, kişiselleştirmeye odaklanılması, destinasyon düğünlerinde artışa neden olmuş ve bu da çiftlerin, önemli kutlamaları için istedikleri konsepte uygun, farklı ve uzak mekânları seçmelerine olanak tanımıştır. Bu olgu, deneyimlerin ve gerçekliğin geleneksel normlara göre önceliklendirildiği ve çiftin benzersiz karakterini ve anlatısını gerçekten temsil eden düğünlerle sonuçlanan daha kapsamlı bir toplumsal değişime örnek teşkil etmektedir.

Hintli çiftlerin düğün mekânı olarak Türkiye'yi seçme eğiliminin artması, kültürel alışveriş, ekonomik kaygılar ve bireysel tercihler arasında çok yönlü bir etkileşime işaret etmektedir. Türkiye'nin egzotik çekiciliği, ekonomik erişilebilirliği ve konukseverliği, farklı ve unutulmaz bir düğün deneyimi arayan çiftler için özellikle çekici kılmaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, bu arzunun altında yatan nedenleri incelemek, Hintli çiftleri düğün mekânı olarak Türkiye'yi seçmeye iten kültürel, ekonomik ve kişisel etkileri analiz etmektir. Buna ek olarak çalışmada, Hintli çiftlerin Türkiye'yi düğün destinasyonu olarak tercih etmelerinde etkili olan unsurlar da araştırılacaktır. Böylece hem düğün sektörüne hem de turizm sektörüne fayda sağlayabilecek değerli bilgiler sunulması hedeflenmektedir.

2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Literatür incelemesi, düğün turizminde gelenek ve trendin kesişimini, yurt dışında gerçekleştirilen Hint düğünlerine odaklanarak araştırmaktadır. Türkiye'nin düğün destinasyonu olarak neden popüler bir tercih olduğunu incelemekte ve Hint çiftlerini Türkiye'ye çeken faktörleri vurgulamaktadır. Ayrıca, Türkiye ile Hindistan arasındaki tarihi ve modern bağları ele alarak bu bağlantıların Türkiye'nin Hint çiftleri için bir düğün destinasyonu olarak çekiciliğini nasıl etkilediğini tartışmaktadır.

2.1 Gelenekleri Trendle Birleştirme: Düğün Turizmi ve Hint Düğünü

Düğün turizminin gidilecek yerin ekonomisi üzerinde önemli bir etkisi olabilir. Bunun nedeni genellikle düğün töreni ve ilgili faaliyetler için konaklama, yemek yeme mekânları ve diğer yerel işletmelerin rezervasyonunu gerektirmesidir. Daniels ve diğerleri (2012), tüketicilerin düğünleri için daha savurgan hale geldiklerini ve harcamalarının arttığını gözlemledi. Bu eğilim, düğün etkinlik segmenti için benzersiz ve karlı bir pazar fırsatı yaratmaktadır. Buna ek olarak, ziyaretçilerin önemli yerleri görme, alışveriş yapma ve yerel kültür ve yemeklerle iç içe olma gibi turizmle ilgili faaliyetlere katılma fırsatına sahip olması nedeniyle yerel ekonomiyi de canlandırabilir.

Pandeminin küresel ölçekte ortaya çıkmasının ardından, otel endüstrisi, geniş kapsamlı kapanmalar ve seyahat talebindeki önemli düşüşler gibi zorluklarla karşılaşmıştır. Ancak sektör, beklentileri aşarak olağanüstü bir toparlanma yeteneği sergilemiş ve kendisini benzersiz bir genişleme için konumlandırmıştır. Turizm ve konaklama sektörünün canlanması, bu sektörde faaliyet gösteren işletmelerin uyguladığı esnek yaklaşımlara ve yaratıcı çabalara bağlanabilir (Mathur, 2023). Dünya salgın sonrası bir döneme doğru ilerlerken seyahat ve konaklama sektörü önemli bir değişim yaşamaktadır. Bu dönüşüm, geleneksel standartları yeniden düşünen ve çağdaş kalıpları benimseyen yeni girişimler tarafından teşvik edilmektedir. Bu kalıplar, özellikle Y kuşağı olarak bilinen milenyum kuşağının, seyahat endüstrisinin geleceğini şekillendirmede kritik bir rol oynadığını göstermektedir. Endüstri raporlarına göre, bu kuşak, düğün deneyimlerine benzersiz ve kişiselleştirilmiş unsurlar eklemeyi önceliklendiriyor ve bu da daha yüksek harcamalara yol açmaktadır (Olson, 2010).

Destinasyon düğünleri, gelişen diğer trendlerin yanı sıra konaklama sektöründe kazançlı bir niş haline gelmiştir. Çiftler giderek artan bir şekilde, dünya genelindeki güzel manzaralı destinasyonlarda farklı ve unutulmaz düğün deneyimlerini tercih etmektedirler. Bu trend yalnızca kişiselleştirilmiş ve sürükleyici şenliklerin tercih edildiği anlamına gelmemekte, aynı zamanda işletmelere bu özel pazar segmentine hitap edecek yeni fırsatlar da sunmaktadır. Destinasyon düğünleri yalnızca değişen düğün trendlerini yansıtmamakta, aynı zamanda kültürel gelenekleri, çağdaş arzuları ve ekonomik beklentileri de birleştirmektedir. Bu düğünler, eşsiz destinasyonların ve güzel ortamların çekiciliğinin yanı sıra, keyifli kutlamalar ve karlı çabaların bir birleşimini temsil etmektedir. Salgın nedeniyle düğünlerin daha küçük olduğu bir dönem yaşayan zengin Hintli çiftler, artık abartılı, gün sayısı fazla törenleri coşkuyla kucaklamaktadırlar. Düğün işi profesyonelleri, bu fenomeni "salgın intikamı" olarak etiketlemektedirler ve bu, önemli yaşam olaylarını ihtişamla anma yönünde güçlü bir isteği göstermektedir. Bir düğün koordinatörü, "Çiftler birlikteliklerini anma konusunda çok istekliler ve bunu yapmaktan pişmanlık duymuyorlar" şeklinde bir açıklamada bulunmuştur. Abartılı düğünlerdeki son dönemdeki artış, son birkaç yılın sade kutlamalarından dikkate değer bir değişikliği temsil etmekte ve özenli ve unutulmaz olaylara yönelik yeniden canlanan bir tutkuyu göstermektedir (Raniwala, 2023).

The Economist tarafından yayımlanan bir ankete göre, Hintliler her yıl düğün masraflarına 130 milyar dolardan fazla harcamakta ve bu da onu enerji, bankacılık ve sigorta sektörlerinden sonra Hindistan'ın dördüncü en büyük işletmesi haline getirmektedir. Hindistan'daki düğün endüstrisi, ülkenin demografik yapısı nedeniyle gelecekte büyüme potansiyeli olan önemli bir sektördür. Hindistan'ın nüfusunun yaklaşık %34'ü 20-39 yaş aralığında, yaklaşık %10'u ise 15-19 yaş aralığındadır. Bu da önümüzdeki beş yıl içinde nüfusun önemli bir bölümünün evlenmeye uygun yaşa ulaşacağını göstermektedir. Dolayısıyla, Hindistan'da düğün sektörü önemli bir genişlemeye hazır durumdadır (www.5paisa.com, 2022).

Destinasyon düğünleri kültür alışverişi ve karşılıklı anlayışın desteklenmesi için katalizör görevi görmektedir. Farklı geçmişlere ve kültürlere sahip bireylerin etkileşimini kolaylaştırarak, bağlantıların kurulmasını ve boşlukların kapatılmasını teşvik etmekte, böylece küresel bir birliktelik duygusunu geliştirir ve kültürel çeşitliliğe saygı inşa etmektedir. Destinasyon düğünleri, çağdaş kültürün kutlamasını, birliğini ve keşfini somutlaştırırken, sevgi ve birlikteliğin kalıcı çekiciliğini de teyit etmektedir. Hindistan'daki destinasyon düğünleri sektörü hızlı bir büyüme yaşamakta, hem ülke içindeki hem de dışındaki yerlere tatmin

getirmektedir. Hint düğün endüstrisinin muazzam büyüklüğü, basit konaklama rezervasyonlarının ötesine geçerek çok çeşitli hizmetleri ve masrafları kapsamaktadır. Mekânlar, konaklama, mutfak, lojistik ve eğlence, kusursuz bir düğün deneyimi yaratmanın temel bileşenleridir. Hintli çiftler, yüksek maliyetlere rağmen, unutulmaz ve gösterişli etkinlikler düzenleme konusundaki kararlılıklarını sürdürmektedirler.

Bu eğilim hem yurt içinde hem de yurt dışında destinasyon düğünlerine olan talebin artmasına neden olmuştur. Tayland gibi geleneksel düğün mekânlarının Hintli çiftler arasında popülaritesi azalsa da Bahreyn, Umman, BAE, Türkiye ve Bali gibi yeni gelişen destinasyonlar çekiciliği ve maliyet etkinliği nedeniyle ön plana çıkmaktadır. Bu gelecek vaat eden mekânlara yönelik eğilim, yalnızca farklı ve manzaralı ortamlara yönelik bir tercihi değil, aynı zamanda düğün düzenlemeye yönelik pratik bir yaklaşımı da ortaya koymaktadır. Artık giderek daha fazla çift, nispeten daha düşük bir fiyata birinci sınıf olanaklar ve deneyimler sunan yerler arıyor. Bu, onların zarafetten veya zenginlikten ödün vermeden düğün bütçelerini daha da ileri götürmelerine olanak tanımaktadır (Kaul, 2023).

Hindistan'ın olağanüstü etnik çeşitliliği ve dinamik kültürel dokusu, onu dünyadaki diğer ülkelerden ayırmaktadır. Gelenek ve görenekler, Hindistan toplumunun her alanını şekillendiren hayati unsurlardır ve özellikle Hint düğün törenlerinde bu belirgin bir şekilde görülmektedir. Bu şenlikler sadece bir fırsat değil; bunlar, her anın asırlık gelenekler ve törenlerle aşıldığı, birkaç gün boyunca gerçekleştirilen ayrıntılı gösterilerdir.

Kıyafetlerin canlı renklerinden geleneksel müziğin ritmik melodilerine kadar, bir Hint düğününün her yönü, ülkenin zengin kültürel mirasını özenle sergilemek ve kutlamak için düzenlenmekte ve gerçekleştirilmektedir. Konuklar, çeşitli görsel, işitsel ve tatsal uyarılarla duyularını harekete geçirerek, canlı ve teşvik edici bir deneyimle tamamen meşgul olmaktadır. Ayrıca konuklar, Hint misafirperverliğinin ve samimiyetinin gerçek doğasını doğrudan deneyimleme fırsatına da sahip olmaktadır.

Hint düğünleri, zenginlikleri, canlılıkları ve geleneksel törenleriyle ünlüdür. Hint kültüründe büyük bir öneme sahip olan bu düğünler genellikle birkaç güne yayılmakta; her gün belirli düğün öncesi, düğün veya düğün sonrası geleneklere ayrılmaktadır. Genellikle önemli sayıda akraba ve tanıdıktan oluşan bir topluluğu bir araya getirmekte ve çiftin coğrafi konumuna ve dini bağlılığına bağlı olarak çeşitli ritüeller ve geleneklerle karakterize edilmektedir.

Hint kültüründe düğün, bir ailenin yaşamındaki önemli bir dönemeç olarak kabul edilmekte ve büyük bir olay olarak görülmektedir. Gelin ve damadın aileleri için büyük finansal yatırımlar

ve sosyal yükümlülükler içermektedir. Bu etkinlik, gelenek ve kültürel mirasla güçlü bağlantılara sahip karmaşık bir dizi tören ve ritüelle karakterizedir. Hint düğünleri, genellikle birden fazla gün süren ve bir dizi evlilik öncesi etkinlik, ana tören ve evlilik sonrası partiler içeren karmaşık kutlamalarla ünlüdür. Genellikle bu düğünler sadece bir tören, kokteyl saati ve kutlamadan daha fazlasını içermektedir. Birinci gün, ikinci gün ve bazen de üçüncü günün keyifli aktivitelerini de kapsamaktadır (Justine Lorelle Blanchard, 2009). Düğün törenleri genellikle düğün öncesi törenlerle başlar; bu törenler arasında birliğin resmi duyurusunu içeren nişan töreni ve gelinin ellerini ve ayaklarını ayrıntılı henna tasarımlarıyla süslediği Mehendi töreni bulunur. Sangeet gecesi, müzik ve koreografik sunumlarla kutlama etkinliğini anlatan akrabalar ve tanıdıklar tarafından gerçekleştirilmektedir. Düğün gününde, Baraat yürüyüşü, gelinin, atla veya süslü bir araçla geleneksel müziğe dans eden aile ve arkadaşlarının eşlik etmesiyle, düğün mekânına varışını içermektedir. Temel düğün gelenekleri, örneğin Kanyadaan (gelin armağanı) ve Saat Feresi (kutsal ateş etrafında yapılan yedi söz), akrabaların ve yakın arkadaşların eşliğinde gerçekleştirilmekte ve çiftler arasındaki kutsal bağ temsil etmektedir. Düğün sonrası kutlamalar, yeni evli çiftin geniş aile ve arkadaşlarına resmi olarak sunulduğu resepsiyonu ifade etmektedir. Ayrıca, çiftin refahını ve başarısını korumak için çeşitli kültürel ve dini ritüeller devam etmektedir. Her aşamada, ilgili ailelerin derin kültürel önemini ve ortak mutluluğunu göstermekte ve geleneksel ve çağdaş unsurların hassas birleşimini vurgulamaktadır. Times of India tarafından 2019 yılında yapılan bir araştırmaya göre, ortalama bir Hint düğünü genellikle 500 ila 1000 kişilik bir aralıkta düzenlenir, bu da onu büyük ve aşırı derecede sosyal bir etkinlik haline getirmektedir.

Hindistan'da düğün gelenekleri ve takvimi, gelin ve damadın dini ve coğrafi kökenlerine bağlı olarak değişmektedir. Hindistan, Hinduizm, İslam, Hristiyanlık, Budizm gibi çok çeşitli dinleri kapsayan heterojen bir ulustur. Bu nedenle, düğün gelenekleri, kişinin dini bağlılığına ve bölgesel kökenine bağlı olarak önemli ölçüde farklılık göstermektedir. Ancak çiftlerin çoğu, bireysel geçmişlerine bakılmaksızın benzer gelenekleri benimseme eğilimindedir (Marie, 2022).

Kashyap (2014), bir Hint düğününün tipik bileşenlerini şu şekilde tanımlar:

1. *Düğün öncesi törenler:* Bu törenler nişan törenini, mehndi törenini (gelinin ellerine ve ayaklarına kına yakılması) ve sangeet törenini (aile ve arkadaşların dans gösterileri yaptığı müzikli bir akşam) içerir.

2. *Düğün günü ritüelleri*: Düğün günü ritüelleri arasında Baraat (damat alayı), Kanyadaan (gelinin babası tarafından hediye verilmesi), Saat Phere (çiftin kutsal ateş etrafında ettiği yedi yemin) ve Sindoor ve Mangalsutra (damadın gelinin alnına vermilyon sürmesi ve boynuna evlilik bağına simgeleyen kutsal bir kolye bağlaması) yer alır.
3. *Düğün sonrası törenler*: Bunlara Vidaai töreni (gelinin ailesine vedası), Griha Pravesh (gelinin yeni evine girişi) ve karşılama partisi dâhildir.

Bu ritüeller, Hindistan'ın zengin kültürel mirasını ve çeşitliliğini yansıtırken, aynı zamanda aileler arasındaki bağları ve toplumsal ilişkileri güçlendirmeye yönelik önemli bir rol oynamaktadır. Hint düğünleri, gösterişli dekorasyonları, muhteşem kostümleri ve lezzetli yemekleriyle ünlüdür. Bu olaylar sevginin, akrabalığın ve mirasın anılmasıdır ve genellikle her unsurun kusursuz olmasını sağlamak için titiz bir organizasyon ve hazırlık gerektirmektedir. Hint düğünlerinin ve Hint kültürünün büyüleyici bir özelliği, yüzyıllar boyunca aktarılan bu ritüellerin ve uygulamaların kalıcı doğasıdır. Her etkinlik ve gelenek, Hint medeniyetinin zengin mirasının ve ideallerinin bir yansıması olarak hizmet etmektedir ve derin bir kültürel öneme sahiptir. Hint düğünleri, aileye, topluluğa ve geleneklere güçlü bir odaklanma ile karakterizedir; bu da onların benzersizliğine katkıda bulunur ve tüm katılımcılar üzerinde kalıcı bir etki bırakmaktadır (Justine Lorelle Blanchard, 2009).

2.2 Yurtdışında düzenlenen Hint Düğünleri

Yurtdışındaki destinasyon düğünleri, Hindistanlı çiftler arasında popüler hale gelmiştir. Guinness Dünya Rekorları, milyarder Lakshmi Mittal'ın kızı Vanisha Mittal'ın yatırım bankacısı Amit Bhatia ile olan düğününü şimdiye kadar kaydedilen en abartılı düğün olarak kabul etmiştir. Bu gösterişli etkinlik, 2004 yılında Versailles'da altı gün boyunca gerçekleşmiş ve 55 milyon dolarlık bir maliyete sahiptir. Düğünde, çiftin aşkının yeniden canlandırılması ve ünlü Versailles Sarayı'nda bir nişan töreni yer almıştır. Bu tarihi olay, sarayda düzenlenen tek özel etkinlik olarak kaydedilmiştir. Düğünde birbirinden ünlü sanatçıların gösterileri, etkinliğin görkemini daha da artırmıştır.

Düğün pazarındaki bu yükseliş, uluslararası yatırımcıların, düğün koordinatörlerinin ve dünya çapında hızla büyüyen turizm sektörünün dikkatini çekmiştir. Hindistan'da ayrıntılı düğün ritüellerinin ortaya çıkması, "düğün turizmi"nin gelişmesine öncülük ederek Hindistan'ı bu trend için önemli bir pazar haline getirmiştir. Hindistan'daki abartılı düğün kutlamalarının maliyeti 500.000 dolardan birkaç milyon dolara kadar çıkabilmekte ve bu da Hindistan'ı düğün

turizmi sektöründe önemli bir katılımcı haline getirmektedir. Asya ve Avrupa ülkeleri, Hint düğünlerinden kaynaklanan önemli gelir fırsatları nedeniyle bu tür etkinlikleri çekmek için sürekli rekabet halindedir. Cohen'in (2009) araştırmasına göre, bir Hint düğününe sponsor olmak 300.000 dolardan 30.000.000 dolara kadar gelir getirebilir. Bu önemli finansal etki, birçok ülkenin neden bu tür etkinliklere ev sahipliği yapma konusunda istekli olduğunu vurgulamaktadır; çünkü bu etkinlikler, ekonomik büyüme ve ilerleme için karlı beklentiler sunmaktadır. Hint düğünleri, kültürel zenginlikleri, çeşitlilikleri ve turizmi teşvik etme ve yerel ekonomileri artırma yetenekleri nedeniyle dünya çapındaki destinasyon pazarları için oldukça rağbet gören etkinliklerdir.

Skift Research'ün "Yurtdışında Düğüm Atmak: Hint Düğün Turizmini Pazar Boyutlandırmak" başlıklı en son raporu, Hindistan'ın küresel düğün endüstrisinin kapsamlı bir analizini sunmaktadır. Araştırma, abartılı destinasyon düğünlerinin organizasyonunda yer alan ev sahipleri, planlamacılar ve işletmelerin karşılaştığı önemli eğilimler, tercihler ve sorunlara ilişkin bilgiler sağlamaktadır.

Giderek daha fazla Hintli çiftin düğünlerini uluslararası mekânlarda yapmayı tercih etmesiyle dünya çapındaki düğün pazarında belirgin bir eğilim gözlemlenmektedir. Skift Research'ün raporuna göre bu eğilim, yurtdışındaki düğünler için tahmini 1,9 milyar dolarlık(159,6 milyar ₹) bir harcama sektörünün gelişmesine yol açmıştır. Anket sonuçları, önceki yıl düğünlerini yabancı bir ülkede yapmayı tercih eden yeni evli çiftlerin önemli bir çoğunluğunun, ortalama yaklaşık 200.000 ABD Doları (₹ 1,8 crore) harcamayla gösterişli düğünler düzenleme eğiliminde olduğunu ortaya koymaktadır. Bu trend, evlilikleri için benzersiz ve unutulmaz deneyimler arayan Hintli çiftlerin artan taleplerine bir örnek teşkil etmektedir. Rapor, bu değişimin dünya çapındaki düğün turizmi endüstrisi üzerindeki önemli ekonomik etkilerine dikkat çekmekte ve işletmelerin ve mekânların bu son derece karlı pazarın taleplerine uyum sağlama ve bu taleplerden yararlanma ihtiyacını vurgulamaktadır. Araştırma, yurtdışında abartılı ve farklı düğün deneyimleri arayan Hintli çiftlerin taleplerini karşılayan özelleştirilmiş hizmetler ve teklifler sunmanın önemini vurgulamaktadır (Arora, 2024).

Düğün planlamacıları, uluslararası destinasyon düğünlerinin başarısını sağlamada önemli bir rol oynamakta ve genellikle önemli kararların alınması sorumluluğunu üstlenmektedirler. Skift Research'ün anket verilerine göre, geçen yıl yabancı ülkelerde destinasyon düğünleri yapmayı tercih eden Hintlilerin %97'si bir düğün planlamacısı tuttu. İşletmeler, bu etkinlik planlamacılarıyla stratejik ittifaklar ve özel sözleşmeler kurarak, Hint

düğünlerinin mekânlarına ve hizmetlerine sürekli bir akış sağlayarak büyük kazançlar elde edebilirler. Konaklama sağlayıcıları, büyük rezervasyonlar için uygun fiyatlar ve özel paketler sunmaktan büyük ölçüde faydalanabilirler; çünkü bu, ev sahiplerinin konukları tek bir yerde ağırlama talebini karşılamaktadır. Veriler ayrıca çevrimiçi rezervasyon kanallarının önemini vurgulamakta ve Çevrimiçi Seyahat Acentaları (OTA'lar) ve diğer platformların odaklanmış pazarlama çalışmalarının potansiyelini belirtmektedir. Bu kanallar, evliliklerini yurt dışında yapmayı planlayan Hintli çiftlerin ilgisini çekecek şekilde özelleştirilmiş hizmetler ve promosyonlar sunarak artan talepten faydalanabilirler.

Uluslararası destinasyon düğünleri artık Hint evliliklerinin daha az bir oranını temsil etse de, bunların hızlı büyümesi ve önemli ekonomik etkileri dikkat çekicidir. Bu düğünler, çiftler ve misafirleri için olağanüstü ve unutulmaz bir deneyim sunmanın yanı sıra turizm ve otelcilik sektörüne de önemli katkılar sağlamaktadır. Tüm düğünlerin %1'inden azını oluşturmalarına rağmen, bu abartılı toplantılar Hindistan'ın uluslararası seyahat harcamalarının %5'inden fazlasına katkıda bulunmaktadır. Artan sayıda Hintli çift artık benzersiz ve gösterişli düğün deneyimleri aradığından, bu eğilim tüketici tercihlerinde bir değişikliğe işaret etmektedir. Bu nedenle, düğün turizmi sektörü, benzersiz lokasyonlarda eşsiz deneyimler sunan destinasyon düğünlerine yönelik artan arzunun da etkisiyle, sürekli büyüme için konumlanmaktadır. Bu, işletmelere ve lokasyonlara, bu değerli pazar alanı için yeni ve benzersiz teklifler yaratma, dolayısıyla kazançlarını ve küresel turizm endüstrisindeki pazar varlığını artırma konusunda karlı bir fırsat sunmaktadır (Arora, 2024).

Ünlü bir Hint Düğün Planlama web sitesi ve uygulaması olan WedMeGood, düğün pazarındaki mevcut eğilimleri değerlendirmek için kapsamlı bir yıllık anket gerçekleştirmiştir. 2023 araştırması, düğün turizminin sektörün en faydalı sektörlerinden biri olduğunu vurgulamaktadır. Araştırma, destinasyon düğünlerinin oranında önemli bir artış olduğunu ve 2022'deki yüzde 18'e kıyasla 2024'te yüzde 21'e ulaştığını göstermektedir (Dutta, 2024).

Küresel arenada, Ortadoğu, Tayland'ı geride bırakarak Hintli çiftlerin düğün mekânı olarak tercih ettiği bölge haline gelmiştir. Yurtdışında düğün hizmetleri sunan satıcıların yaklaşık yüzde 30'u, Dubai, Bahreyn ve Umman'ı en popüler yerler olarak belirtirken, bunları Tayland ve İtalya yakından takip etmektedir. Anket ayrıca Bali ve Türkiye'nin uluslararası destinasyonlarda yükselişte olduğunu da ortaya koymaktadır.

Seçimdeki değişiklik, Hintliler arasında destinasyon düğünleri için çeşitli ve sıra dışı mekânların artan popüleritesinin altını çizmektedir. Bu bulgular, çiftlerin düğünlerinde farklı

ve unutulmaz deneyimler yaratmak için giderek daha fazla alışılmamış mekânlar aradıklarını göstermektedir. Bali ve Türkiye gibi popüler destinasyonların ortaya çıkışı, düğün turizmi konusunda uzmanlaşmış tüccarlar ve hizmet sağlayıcılar için bol miktarda fırsat sunan büyüyen bir pazara işaret etmektedir (ETTravelWorld, 2024).

Y kuşağı, çağdaş değişiklikleri tanıtarak düğün endüstrisini önemli ölçüde dönüştürmektedir. Anket bulguları, çiftlerin %15,6'sının ilişkilerini flört uygulamaları aracılığıyla kurduğunu göstermektedir, bu da çevrimiçi çöpçatanlığa doğru kayda değer bir geçiş olduğunu göstermektedir. Bu eğilim, teknolojik açıdan yetkin genç neslin teşvik ettiği uzun süredir devam eden evlilik geleneğine yeni ve çağdaş bir yaklaşım yöntemine işaret etmektedir. Y kuşağının mali özerkliği, düğünlerin finanse edilme biçimini de değiştirmektedir. 2023 yılına gelindiğinde evlenen çiftlerin önemli bir kısmı (%70'i) düğün masraflarının finansmanına aktif olarak katılmaktaydı. Bu hâkim modelin 2024 yılı boyunca devam etmesi beklenmektedir. Finansal bağımsızlığa yönelik artan eğilim, Y kuşağının düğünlerini organize etme ve finanse etmede aktif rol üstlendiği daha geniş bir modelin altını çizmektedir. WedMeGood raporu, Hint düğün sektörünün değişen koşullara uyum sağlaması ve çağdaş trendleri benimsemesi nedeniyle ilerleyici dönüşümünü ortaya koyuyormaktadır. Bu bilgiler, sektör pandemiden sonra toparlanıp genişlerken üreticiler ve hizmet sağlayıcılar için modern çiftlerin istek ve beklentilerine uyum sağlama konusunda iyi bir referans görevi görmektedir. Kapsamlı inceleme, düğün endüstrisinin sağlamlığını ve esnekliğini vurgulayarak Hindistan'ın kültürel ve ekonomik bağlamındaki önemini pekiştirmektedir (ETTravelWorld, 2024). Giderek artan sayıda Hintli çift, uluslararası destinasyonlarda evlenmeyi tercih etmektedir ve bu da küresel turizm ve konaklama endüstrilerinde kayda değer bir artışa yol açmaktadır. Birden fazla gün süren şenlikleriyle ve son zamanlarda resepsiyondan sonra pahalı partiler yapma eğilimiyle bilinen bu destinasyon düğünleri, son derece karlı girişimler haline gelmiştir. Mumbai'nin Shaadi Ekibinin bir üyesi olan Tina Tharwani, 2017 yılında Bollywood oyuncusu Anushka Sharma ve Hintli kriket oyuncusu Virat Kohli'nin Toskana'daki yüksek profilli düğününü organize etmesiyle tanınmaktadır. Tharwani'ye göre, her yıl düğünlerin yaklaşık %60'ını gerçekleştirmektedir. Hedef düğünlerdir. 2023 yılında Türkiye ve Londra'da çok sayıda düğün düzenlediler. Bu eğilim, Tharwani'nin belirttiği gibi (Dhamija, 2023), Hintli çiftler arasında destinasyon düğünlerinin artan popüleritesini ve bunların küresel turizm ve konaklama endüstrileri üzerindeki önemli ekonomik etkisini vurgulamaktadır.

Düğün destinasyonları, diğer ürün ve hizmetler gibi, soyutluk ve ayrılmazlık temel özellikleriyle tanımlanmış. Bu durum, müşteriler açısından güvenin kritik bir rol oynadığını

vurgulamaktadır (Yojana, 2016). Bu etkinliklere yapılan önemli yatırımlar göz önüne alındığında, kalite ve teslimat konusundaki yüksek beklentiler artmaktadır. Dolayısıyla, düğünün her yönünde mükemmelliği sağlamak, çiftlerin ve ailelerin beklenti ve memnuniyetini karşılamak için hayati öneme sahiptir. Bu, ilgili tüm tarafların yaptığı önemli mali taahhüdü haklı çıkaran, unutulmaz bir deneyim yaratmak için titiz planlama, ayrıntılara dikkat ve kusursuz uygulama gerektirmektedir. Toplumsal tercihler ve normlar sürekli olarak değişirken, bunların düğün sektörü üzerindeki etkileri de giderek daha belirgin hale gelmektedir. Çiftler artık farklı ve pitoresk yerlerde unutulmaz deneyimler yaratmayı hedefleyen, uygun hava koşullarına sahip destinasyonları aramaktadırlar (Breg, 2013). Bu eğilim, geleneksel sınırları aşan düğünlere olan talebi yansıtmakta ve olayın genel benzersizliğine ve unutulmazlığına katkıda bulunan mekânların seçiminin önemini vurgulamaktadır. Bu nedenle, düğün endüstrisi, modern çiftlerin isteklerini karşılamak için özel olarak tasarlanmış çok çeşitli seçenekler sunarak, olağanüstü düğün deneyimleri arayan bu değişen tercihlere yanıt vermektedir.

Hint düğün endüstrisi, geleneksel yerel törenlerden uluslararası destinasyonlara önemli bir geçiş gözlemlemiştir. Yurt dışında düğün düzenlemek büyük masraflar gerektirse de seçilen lokasyonun pek çok avantajı bulunmaktadır. Bu düğünlerin temel amacı, tasarım ve dekorasyonda özgünlüğü ve farklılığı vurgulamak, her kutlamanın olağanüstü ve unutulmaz olmasını garanti altına almaktır. Bu eğilim, çiftler arasında yeni bölgelere girme ve kendileri ve katılımcıları için olağanüstü deneyimler yaratma, aynı zamanda coğrafi sınırlamaları aşma yönünde artan isteğin bir örneğini oluşturmaktadır.

2.3 Türkiye: Destinasyon Düğünleri için Bir Seçenek

Türkiye, dünya çapında lüks bir destinasyon düğünü yapmak isteyen çiftler için popüler bir seçim haline gelmiştir. Ülkenin modernlik ve geleneği bir araya getirmesi, büyük ilgi ve talep görmektedir. Türkiye, kendisini Akdeniz'in önemli bir düğün destinasyonu olarak kabul ettirirken, giderek daha fazla çift özel günleri için burayı tercih etmektedir. Ülkenin kozmopolit şehirleri ve güzel doğal manzaraları, lüks ve unutulmaz bir düğün deneyimi isteyen çiftler için mükemmel bir ortam sağlamaktadır. Türkiye, çiftlerin sofistike zevklerine hitap eden her şey dâhil lüks düğün mekânlarını geniş bir yelpazede sunmaktadır. Bu mekânlar, lüksü modern zarafetle kusursuz bir şekilde harmanlayan çağdaş tasarımlara ve birinci sınıf olanaklara sahiptir. Akdeniz kıyısındaki lüks bir sahil beldesi veya tarihi bir şehirdeki büyük bir saray

olsun, Türkiye'nin lüks düğün mekânları, çiftlere hayallerindeki düğün kutlamasını gerçekleştirmeleri için birçok seçenek sunmaktadır.

Düğün turizmi, yerel ekonomiyi ve turizm endüstrisindeki çeşitli sektörleri büyük ölçüde geliştirerek çok sayıda ekonomik avantaj sağlamaktadır. Türkiye, COVID-19 salgınının ekonomik sonuçlarından kurtulmak amacıyla düğün turizmine stratejik olarak öncelik vermiştir. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği üyesi bir temsilciye göre, düğünler diğer turizm türlerinden daha kazançlı görülmektedir. Sonuç olarak, dünyanın dört bir yanından çiftler, düğün şenlikleri için giderek daha fazla Türkiye'nin güzel manzaralı Akdeniz ve Ege kıyı tatil beldelerini tercih etmektedirler.

Dünya Turizm Ağı (WTN) ve WTN Düğün Turizmi Koordinatörü Nancy Barkley, Türkiye'nin turizm sektörünü canlandırmak için uluslararası düğün organizasyonlarından yararlanma planına destek vermektedir. Türkiye, 2019 yılında turizm sektöründe önemli bir kilometre taşına ulaşarak 45 milyondan fazla yabancı ziyaretçiden 34,5 milyar ABD doları tutarında rekor gelir elde etmiştir. Ancak 2020 yılında COVID-19 salgınının ortaya çıkması turizm gelirlerinde %70 oranında ciddi bir düşüşe yol açmıştır (Hohnholz, 2021).

Türkiye'nin turizm endüstrisi, 2021 yılında yaşanan büyük kayıplara karşı bir yanıt olarak odağını uluslararası düğün turizmine kaydırarak hareket etmiştir. Bu, salgının olumsuz etkilerini en aza indirme ve ekonomik toparlanmaya öncülük etme amacıyla yapılmıştır. Düğün turizmine verilen önem, sadece ekonomiyi canlandırmakla kalmamış, aynı zamanda Türkiye'nin abartılı ve unutulmaz düğünler için birinci tercih olarak itibarını da güçlendirmiştir. Bu stratejik değişiklik, düğün turizminin Türkiye'nin genel ekonomik toparlanma stratejisinin ve varlıklı uluslararası ziyaretçileri çekme yönündeki sürekli çabalarının önemli bir parçası olarak önemini vurgulamaktadır.

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) Yönetim Kurulu Üyesi Nalan Yeşilyurt, düğün turizminin ekonomik avantajlarına dikkat çekerek, "Düğün organizasyonlarının diğer turizm türlerine göre daha yüksek kazanç sağladığını" ifade etmiştir. Bu tür etkinliklerde bir haftada harcanan tutarın, sıradan bir turistin bir ayda harcadığı tutara denk geldiğini belirtmiştir. Bu durum, geleneksel turizmle kıyaslandığında düğün turizminin önemli ekonomik etkisini vurgulamaktadır. Yabancı çiftler, Türkiye'nin Akdeniz ve Ege bölgelerindeki lüks otelleri, marinaları ve restoranlarıyla seçkin ve ayrıcalıklı hizmetler sunan sahil beldelerini giderek daha fazla tercih etmektedir. Yeşilyurt, Muğla ilinde bulunan

Bodrum'un hareketli gece hayatı, lüks yatların ilgisini çeken üst düzey marinaları ve ünlü şeflerin yer aldığı tanınmış restoranlarıyla öne çıktığını belirtmiştir (Hohnholz, 2021).

Bodrum, çeşitli Avrupa ve Uzakdoğu ülkelerinin yanı sıra Arap ve Orta Doğu ülkelerinden gelen turistlerin de tercih ettiği bir destinasyon haline gelmiştir. Kasaba, büyük ölçekli ve samimi butik oteller de dâhil olmak üzere toplam kapasitesi 1000'i aşan çeşitli konaklama seçenekleri sunmaktadır. Bu önemli talep, Bodrum'un abartılı ve unutulmaz düğün şenlikleri için öncelikli tercih haline gelmesinin altını çizmektedir.

Bodrum, salgının getirdiği zorluklara ve kısıtlamalara rağmen 2021 yılında Hindistan'dan altı düğün törenine başarıyla ev sahipliği yapmıştır. Bodrum Belediye Başkanı Ahmet Aras'ın ifade ettiği gibi, bu başarı geleceğe dair olumlu bir işaret olarak değerlendirilmektedir. Belediye, önümüzdeki dönemde daha fazla düğün organizasyonunun gerçekleştirilmesini sağlamak için birçok uluslararası etkinlik planlama şirketiyle aktif bir şekilde iş birliği yapmaktadır. Başkan Aras, otel doluluk oranlarının genellikle düşük olduğu sezon dışında yabancı düğün törenlerine ev sahipliği yapmanın avantajlarını vurgulamıştır. Bu etkinlikler hem gelir sağlamakta hem de iş imkânları yaratarak Bodrum'un turizm sektörüne önemli katkılarda bulunmaktadır. Başkan Aras, Bodrum'a düğün için gelen ziyaretçilerin sadece otellerde kalmadıklarını, aynı zamanda alışveriş yapma, yemek yeme ve çeşitli aktiviteler gerçekleştirme gibi faaliyetlerde bulunduklarını belirtmiştir.

Hint düğün törenleri, yerel ekonomi için karlı bir gelir kaynağıdır. Düğün organizatörleri, konuklarının konforunu sağlamak için her türlü fedakarlığı yapmaktadırlar; genellikle otellerin tamamını rezerve ederler ve konukların özel uçaklarla gelmesini düzenlerler. Sezon dışında bu zengin turist akını, sadece yerel işletmelere fayda sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda Bodrum'un en iyi düğün destinasyonu olarak ününü pekiştirmektedir (Hohnholz, 2021).

Düğün turizmi, Türk turizm sektörü için önemli bir gelir kaynağı olmuştur ve salgın sürecinde dayanıklılığını kanıtlamıştır. Sektör temsilcileri, pandemi sonrasında düğün turizminin 2022 yılında Türkiye'ye 500 milyon doların üzerinde (8,87 milyar TL) gelir getireceğini tahmin etmektedir. Türk Uluslararası Etkinlikler Derneği'nin (TUED) kurucusu Meltem Tepeler, Hintli çiftler için düğünlerin milyonlarca dolarlık önemli bir ekonomik fırsat sunduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca, düğün turizminin sadece etkinlik sektörüne değil, aynı zamanda konaklama, yeme-içme, perakende gibi diğer sektörlerle de fayda sağladığına dikkat çekmektedir.

Türkiye'de lüks düğünler için en çok tercih edilen destinasyonlar arasında İstanbul, Antalya, Bodrum, İzmir ve Kapadokya yer almaktadır. İstanbul, ikonik silueti ve zengin kültürel mirasıyla, kozmopolit bir düğün deneyimi arayan çiftler için büyüleyici bir ortam sunmaktadır. Antalya, tertemiz plajları ve turkuaz suları ile tanınmakta olup, doğal güzellikler eşliğinde çiftlere evlilik teklifi yapma fırsatı sunmaktadır. Bodrum'un pitoresk sahil şeridi ve canlı gece hayatı, şık ve sofistike bir düğün mekânı arayan çiftlere hitap etmektedir. İzmir, büyüleyici sahil kasabaları ve tarihi mekânlarıyla daha samimi bir ortamda evlenmek isteyen çiftlere romantik bir atmosfer sunmaktadır. Kapadokya ise dünya dışı manzaraları ve mağara evleriyle ünlü olup, çiftlere gerçekten eşsiz ve büyüleyici bir düğün ortamı sunmaktadır. Türkiye, çarpıcı sahil şeridi, antik kalıntıları ve eklektik kültürüyle, çiftlere düğünleri için lüks, romantizm ve maceranın mükemmel karışımını sunmaktadır. Güneşle aydınlanmış bir plajda, tarihi bir sarayın duvarları içinde veya Kapadokya'nın peri bacaları arasında yemin ederken, çiftler bu büyüleyici destinasyonda ömür boyu sürecek anılar yaratacaklarından emin olabilirler. Düğün temalarının seçimi, kırsal bölgelerden plajlara ve otellere kadar geniş bir yelpazede yapılabilmektedir. Türkiye'nin çeşitli coğrafi yapısı, uluslararası çiftler için önemli bir çekim merkezi haline gelmiştir, çünkü ülke zengin ve çeşitli konaklama seçeneklerine sahiptir. Çiftler, rustik kırsal törenlerden farklı bölgelerdeki gösterişli mekânlardaki abartılı kutlamalara kadar birçok seçenek arasından seçim yapma özgürlüğüne sahiptirler. Yabancı çiftlerin düğün mekânları olarak İstanbul Boğazı'nı tercih ettiği ve sahil düğünleri için özellikle Antalya ve Bodrum'un popüler olduğu belirtilmelidir.

Getz'e (2008) göre, düğünler; kişiler, mekânlar ve çeşitli yönetim operasyonları arasında etkin koordinasyon gerektiren, titizlikle planlanmış etkinliklerdir. Bu, etkinliğin kusursuz bir şekilde yürütülmesini sağlamak için lojistik, misafir konaklama, eğlence ve diğer temel unsurların dikkatli bir şekilde organize edilmesini ve senkronize edilmesini içermektedir. Bu bileşenlerin başarılı bir şekilde düzenlenmesi, düğün kutlamasının genel deneyimine ve başarısına önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır. Bowdin, McDonnell, Allen ve O'Toole (2006), mekân seçiminin düğünlerin genel planlamasında önemli bir yere sahip olduğunu ve planlama sürecinin diğer çeşitli yönleri üzerinde etki yarattığını ileri sürmektedir. Bu önemli karar yalnızca etkinliğin tonunu ve ambiyansını belirlemekle kalmamakta, aynı zamanda konukların konaklaması, yiyecek-içecek düzenlemeleri ve genel etkinlik koordinasyonu gibi lojistik hususları da etkilemektedir. Bu nedenle, düğün kutlamasının kusursuz bir şekilde yürütülmesini ve başarısını sağlamak için ideal mekânı seçerken dikkatli düşünme ve stratejik planlama çok önemlidir.

Van der Wagen (2005), etkinlikler için saha gerekliliklerini planlarken dikkatli bir şekilde dikkate alınması gereken önemli faktörleri belirlemiştir. Bu faktörler arasında uygun tesislerin ve hizmetlerin sağlanması, erişilebilirliğin değerlendirilmesi, konumun uygunluğunun değerlendirilmesi ve gerekli kaynakların kullanılabilirliğinin teyit edilmesi yer almaktadır. Etkinlik planlayıcıları, bu hususları iyice göz önünde bulundurarak, seçilen mekânın etkinliğin özel ihtiyaçlarını ve beklentilerini karşılamasını sağlayabilir, böylece katılımcılar ve katılımcılar için genel deneyimi iyileştirebilir.

Düğünlerinin ardından pek çok çift balayı destinasyonu olarak Türkiye'yi seçmektedir. Türkiye, Ege ve Akdeniz kıyı şeridi boyunca uzanan güzel kasabalara ve lüks tatil yerlerine sahiptir ve bu da onu romantik kaçamaklar için ideal bir yer haline getirmektedir. Ege Denizi'nin huzur dolu kıyılarından, Akdeniz sahil kasabalarının hareketli atmosferine kadar Türkiye, yeni evlilere muhteşem manzaralar yaşama ve lüks konaklamanın keyfini çıkarma imkânı sunmaktadır. İster antik kalıntıları keşfetme ister leziz yemeklerin tadına bakma ister sadece el değmemiş kumsallarda dinlenme olsun, Türkiye, çiftlerin karı-koca olarak yolculuklarına başlamaları için mükemmel bir ortam sağlamaktadır.

2.4 Hindistanlı çiftlerin Türkiye'yi destinasyon düğünleri için tercih etmesi

Türkiye'nin Hindistanlı çiftleri çeken cazibesi, ülkenin doğal güzelliklerinden, kültürel zenginliklerinden ve tarihi öneminden kaynaklanmaktadır. Ayrıca, çeşitli alışveriş seçenekleri, birinci sınıf otelleri ve elverişli iklimi gibi özellikler de Hindistanlı aileleri cezbetmektedir. Türkiye'nin Asya ve Avrupa kültürleri arasında köprü oluşturan benzersiz konumu da Hindistanlı gezginler için bir düğün destinasyonu olarak çekiciliğini artırmaktadır. Hindistan'da düğün turizminin yükselmesi, Türkiye'nin turizm ortamını çeşitlendirirken ziyaretçilere alternatif deneyimler sunmaktadır. Özellikle plaj sezonunun dışında yapılan düğünler, yoğun olmayan zamanlarda resort otellerinin doluluk oranlarını artırmaktadır. Türkiye'deki Hint düğünlerinin artan önemi, kültürel alışverişi teşvik ederken ülkenin turizm endüstrisine de katkıda bulunmaktadır. Türkiye'nin düğün mekânı olarak tercih edilmesi, Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere ve Hindistan gibi ülkelere artan sayıda Hintli çiftin katkısıyla daha da belirgin hale gelmektedir. Türkiye'nin çeşitli manzaraları, zengin kültürel mirası ve sıcak misafirperverliği, farklı ve unutulmaz bir ortam arayan çiftleri cezbetmektedir. Tarihi mekânlar, manzaralı plajlar ve lüks tatil köyleri gibi seçenekler, çiftlerin tercihlerine göre geniş bir yelpazede sunulmaktadır. Türkiye'deki Hint destinasyon düğünleri, çiftlerin bu

büyüleyici ülkede evliliklerini kutlamalarına olanak sağlayarak popüler bir seçenek haline gelmiştir.

Türkiye'nin geniş alışveriş seçenekleri, lüks otelleri, muhteşem doğal manzaraları, zengin kültürel ve tarihi mekânları, burayı cazip bir turizm destinasyonu ve yaz düğünleri için ideal bir seçim haline getirmektedir. Türkiye uzun süredir Hint düğünleri için alternatif bir lokasyon olarak düşünülürken, son dönemde Hintli çiftlerin ülkeye ilgisi ciddi oranda artarak Hint düğünlerinin destinasyonu Türkiye haline geldi. Doğal güzellikleri, kültürel zenginlikleri ve zengin tarihi mirasını benzersiz bir şekilde bir araya getirmesi nedeniyle pek çok Hintli aile, özel törenlerine ev sahipliği yapmak için Türkiye'yi tercih etmektedir. Ülkenin birinci sınıf otel ve tatil köylerindeki olağanüstü kalitesi ve hizmeti, bir düğün destinasyonu olarak çekiciliğini daha da artırmaktadır. Üstelik Türkiye'nin elverişli hava koşulları da cazibesine katkıda bulunarak unutulmaz kutlamalar için mükemmel bir ortam sağlamaktadır.

Yüksek varlıklı Hintli aileler, Türkiye'de düğün düzenlemeyi giderek daha prestijli bir olay olarak görmektedir. Yaz düğünleri için sıklıkla Kapadokya, Bodrum, Antalya gibi gösterişli tatil beldeleri ve şehirleri ayırmaktadırlar. İstanbul'da Çırağan Sarayı, Sait Halim Paşa Yalısı, Marmara Esmâ Sultan, Conrad Oteli ve Four Seasons gibi ünlü mekânlar gösterişli kutlamalar için popüler tercihlerdir. Hintli aileler destinasyon düğünlerini tercih ettiklerinde, genellikle düğün planlayıcılarından, tasarımcılarından ve hatta çeşitli baharatlarla donatılmış kendi şeflerinden oluşan bir ekip getirmektedir.

Destinasyon düğünlerinin artan trendi, Hintli üst sınıfın, şirket yöneticilerinin ve ünlü kişilerin ilgisini çekmektedir. Düğünlerin belirli temalarla veya egzotik yerlerde yapılmasıyla ilgilenmektedirler, mahremiyete değer vermektedirler ve medyada aşırı yer almaktan kaçınmak istemektedirler. Türkiye aynı zamanda Hintli iş dünyasının önde gelenlerinin, emlak sektöründeki etkili isimlerin, politikacıların ve sanayicilerin de artan tercihinin tanık olmuştur. E-vize seçeneğinin veya Türk büyükelçiliği veya konsoloslugu aracılığıyla geleneksel başvuru yöntemlerinin mevcut olması nedeniyle misafirler için vize süreci daha kolay hale gelmiştir. Elektronik vizelerin uygulamaya konulması süreci büyük ölçüde basitleştirerek düğünlere katılan Hintli ziyaretçilerin veya Türkiye'yi turist olarak keşfetmelerini kolaylaştırılmıştır. Bu erişilebilirlik, Hint düğünlerinin ve etkinliklere katılan ve ülkeyi ziyaret eden turistlerin sayısında önemli bir artışa neden olmuştur. Gelecekte, elektronik vizelerin Türkiye'deki Hint düğünleri ve turizmini etkilemeye devam etmesi, seyahati ve gelecekteki etkinliklere katılımı daha kolay hale getirmesi beklenmektedir.

Türkiye'deki kapsamlı uçuş bağlantısı, Hintli aileleri ve çiftleri tercih ettikleri düğün destinasyonu olarak burayı seçmeye çeken önemli bir faktördür. Bu yalnızca seyahat düzenlemelerini evli çift ve misafirleri için kolaylaştırmakla kalmamaktadır, aynı zamanda Hindistan dışındaki uluslararası yerlerden gelen katılımcılar için de erişilebilirlik sağlamaktadır. Kapsamlı uçuş ağı, konukların düğün mekânına her yerden kolayca ulaşmalarına olanak tanıyarak, genel deneyimi geliştirmektedir ve herkesin neşeli kutlamalara herhangi bir güçlük veya sıkıntı yaşamadan katılabilmesini sağlamaktadır.

Türk Hava Yolları, Mumbai ve Delhi'den İstanbul'a direkt uçuşlar düzenleyerek Türkiye'de düğün planlayan Hintli çiftlere kolaylık sağlamaktadır. Ek olarak havayolu, diğerleriyle birlikte, daha büyük kutlamalar için Hindistan'ın çeşitli şehirlerinden özel düğün charter uçuşları sunarak misafirler için kusursuz bir seyahat deneyimi sağlamaktadır. Çarpıcı güzelliğiyle bilinen Bodrum'a Hindistan'dan İstanbul üzerinden aktarmalı uçuşların yanı sıra Avrupa'nın büyük başkentlerinden direkt uçuşlarla da ulaşılabilir. Bodrum'da görkemli bir düğün yapmak isteyenler için Hindistan'ın herhangi bir şehirden direkt charter uçuşları düzenlemek kolaylıkla mümkündür. Benzer şekilde pitoresk manzaralara sahip Antalya'ya Hindistan'dan İstanbul üzerinden aktarmalı uçuşlarla ulaşılabilir. Üstelik Antalya Uluslararası Havalimanı, Hindistan'ın herhangi bir şehirden doğrudan özel uluslararası charter uçuşlarına ev sahipliği yaparak çiftler ve misafirleri için seyahat düzenlemelerini daha da kolaylaştırmaktadır. Türk Hava Yolları ve diğer taşıyıcılar tarafından sağlanan bu geniş uçuş ağı, sorunsuz ulaşım sağlayarak çiftlerin Bodrum veya Antalya'da egzotik bir düğün hayallerini gerçekleştirmelerine olanak tanımaktadır (FE Travel, 2022).

Türkiye, dünyanın her yerinden gelen konukların büyüleyici düğün destinasyonlarına kolaylıkla seyahat etmelerine olanak tanıyan gelişmiş bir ulaşım sistemine sahiptir. Avrupa, Asya ve Kuzey Amerika'nın büyük şehirlerinden direkt uçuşlar sayesinde katılımcılar, uzun konaklamalara veya karmaşık seyahat düzenlemelerine gerek kalmadan Türkiye'de istedikleri düğün mekânına ulaşabilmektedir. Bu kolay erişim, yalnızca misafirlerin genel deneyimini geliştirmekle kalmamaktadır, aynı zamanda uzak yerlerden sevdikleri bir araya getiren kapsayıcı düğünlere ev sahipliği yapmak için Türkiye'nin tercih edilen bir destinasyon olarak popülerliğini de vurgulamaktadır.

Türkiye'nin konaklama kapasitesi ve olanakları, düğünlerini planlayan Hintli çiftler için son derece cazip olup, bu durum ülkeyi bu tür etkinliklere ev sahipliği yapmak için popüler bir tercih haline getirmektedir. Antalya ve Bodrum gibi lüks her şey dâhil tatil köyleriyle tanınan

nl lokasyonlar, çiftlere özel günlerini kutlamak için geniş seçenekler sunmaktadır. Bu tatil köyleri, 300'den fazla misafirden oluşan büyük grupları zahmetsizce ağırlayabilen ve katılan herkes için kusursuz ve unutulmaz bir deneyim sağlayan kapsamlı tesislere sahiptir. Ayrıca Türkiye'nin sunduğu olanaklar, Hindistan'ın ötesine geçerek çiftlere konaklama ve mekân seçimi konusunda daha üstün ve çeşitli seçenekler sunmaktadır. Bu geniş seçenek yelpazesi, lüks bir ortamda unutulmaz düğün deneyimleri yaratmak isteyen Hintli iftler için Türkiye'nin gözde destinasyon olarak çekiciliğini artırmaktadır.

Türkiye'nin modern hizmetleri benimseme yeteneği, düğünlerini planlayan Hintli çiftlerin dikkatini çekmede önemli bir etken olarak öne çıkmaktadır. Ülkenin modern olanaklara ve teknolojilere uyum sağlama becerisi, çiftlerin düğün kutlamaları sırasındaki çeşitli ihtiyaçlarını ve tercihlerini karşılama konusunda kilit bir rol oynamaktadır. Türkiye'deki kişiselletirme ve zelletirme odaklı modern hizmetler, çiftlere düğünlerini kendi isteklerine göre zelletirme imkânı sunmaktadır. Bu hizmetler, kişisel dekorasyon düzenlemelerinden son teknoloji eğlence seçeneklerine ve kişiselletirilmi mutfak deneyimlerine kadar çeşitli alanlarda çiftlerin vizyonlarını gerçekleştirme fırsatı sağlamaktadır. Türkiye'deki bu vurgu, her düğünün çiftin özel isteklerine göre killendirilmi ve katılan herkes için unutulmaz bir deneyim sunan benzersiz bir kutlama olmasını sağlamaktadır.

Türkiye, el değmemiş plajları, etkileyici manzaraları ve geleneksel arılarıyla tanınan, Akdeniz bölgesinin en büyüleyici destinasyonlarından biridir. lke, Doğu etkilerini Akdeniz havasıyla harmanlayarak hem büyüleyici hem de romantik bir atmosfer yaratan eşsiz bir cazibeye sahiptir. Bu farklı atmosfer, Türkiye'yi sadece turizm açısından değil, aynı zamanda destinasyon düğünlerine ev sahipliği yapmak için ideal bir seçenek haline getirmektedir ve her yıl Hintli çiftlerin dikkatini çekmektedir. Doğal güzelliklerin ve kültürel çeşitliliğin etkileyici birleşimiyle Türkiye, nefes kesen bir ortamda gerçekten büyülü bir düğün deneyimi arayan çiftlere unutulmaz bir atmosfer sunmaktadır.

Düğün kutlamalarının ardından, Hintli konuklar Türkiye'yi keşfetme fırsatı buluyor ve ülkenin ikonik simge yapılarını ve gizli mücevherlerini kefedebiliyorlar. Ayrıca, alışveriş gezilerinin keyfini çıkarabilirler ve Türkiye'nin zengin kültürel mirasını sergileyen canlı pazarlara ve butiklere katılabilirler. Misafirler, gezi ve alıveriin yanı sıra macera dolu açık hava aktivitelerinden Türkiye'nin farklı gelenek ve göreneklerine dair fikir veren kültürel deneyimlere kadar çeşitli aktivitelere katılma imkânına sahiptirler. Türkiye'de düğün sonrası

etkinlikler için birçok seçenek mevcuttur ve bu etkinlikler, Hintli turistler ve misafirler için hem zenginleştirici hem de unutulmaz olmayı vaat etmektedir.

2.5 Türkiye-Hindistan Bağları: Tarihsel Köklerden Modern Birlikteliklere

Türkiye ile Hindistan arasındaki diplomatik ve ekonomik ilişkiler son yıllarda önemli ilerleme kaydetmiştir. Bu ilişkiler, ticaret, kültür ve turizm gibi farklı alanlarda karşılıklı iş birliği ile güçlü bir ortaklığın kurulmasını sağlayarak her iki ülke için avantajlı hale gelmiştir. Türkiye ve Hindistan, kendilerine özgü kültürel miras, çağdaş ilkeler ve ileri görüşlü yönetim anlayışı gibi farklı özelliklere sahip, etkili bir şekilde modern uluslar ve toplumlar inşa etmişlerdir.

Türk toplumu, Hindistan'ı anlama ve ilişki kurma konusuna giderek daha fazla ilgi göstermektedir. Türk şirketleri, Hindistan'ın özel sektöründe ve "Make in India" ve "Akıllı Şehirler Misyonu" gibi hükümet girişimlerinde aktif olarak fırsatlar aramaktadır. Bu karşılıklı ilgi, kültürel alana da yansımaktadır; Hint gelenekleri ve eğlenceleri Türkler için oldukça ilgi çekici olup, Türk kültürü de Hindistan'da popülerlik kazanmaktadır. Örneğin, Türkiye'nin ilk ulusal televizyon kanalı TRT 1'de sıklıkla Bollywood filmleri yayınlanırken, Türk televizyon kanalı Kanal 7'de önemli sayıda Türkçe dublajlı Hint dizisi yayınlanmaktadır. Benzer şekilde, Türk dizileri Hintli izleyiciler arasında geniş ve sadık bir izleyici kitlesi edinmiştir.

Kültürel değişim, sadece medya ve eğlenceyi değil aynı zamanda eğitim ve akademik iş birliğini de içermektedir. Hindistan'daki Jamia Millia Islamia Üniversitesi'ndeki Türk Dili ve Edebiyatı Programı, 2006-2007 eğitim-öğretim yılından itibaren Türkiye Yunus Emre Enstitüsü'nün desteğini alan Türkoloji programının bir parçası olmuştur. Bu program, Hintli öğrenciler arasında Türk kültürüne dair daha derin bir anlayış ve takdir geliştirmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, Türkiye'nin tasavvuf mirasıyla tanınan şehri Konya'da ilk Hint Araştırma Merkezi'nin Aralık 2021'de kurulması, iki ülke arasındaki akademik ve kültürel bağların güçlendirilmesinde önemli bir kilometre taşı anlamına gelmektedir.

Bu girişimler ve alışverişler, ortak ilgiyi ve artan kültürel benzerliği vurgulayarak Türkiye ile Hindistan arasında daha geniş bir iş birliği ve entegrasyon modelinin varlığını göstermektedir. Gelişen bu ilişki, yalnızca her iki ülkenin kültürel ortamlarını geliştirmekle kalmayıp, aynı zamanda daha güçlü ekonomik ve sosyal bağlantıların temelini atmaktadır ve gelecekteki genişleme ve iş birliği potansiyelini ortaya koymaktadır.

Türkiye ile Hindistan arasındaki güçlü turizm ve ticari bağlantılar, ikili ilişkileri büyük ölçüde güçlendirmiş ve onlara yenilenmiş enerji ve gelecekteki genişleme potansiyeli kazandırmıştır. Türkiye, dünyanın dört bir yanından gelen Serbest Bağımsız Gezginler (FIT) ve Toplantı, Teşvik, Konferans ve Sergi (MICE) turistlerinin ilk tercihi haline gelmiştir. Dahası, çeşitli çekiciliğini ve farklı kültürel tercihlere hitap etme yeteneğini sergileyerek Hint düğünleri ve Bollywood film çekimleri için tercih edilen bir destinasyon haline gelmiştir.

2019 yılında Türkiye, 230.000'den fazla Hintli turist ağırlamıştır. Bu, şimdiye kadar kaydedilen en yüksek Hintli ziyaretçi sayısıdır. Bu önemli sayı, Hintli gezginlerin Türkiye'nin zengin kültürel mirasını, doğal güzelliklerini ve modern olanaklarını deneyimlemeye artan ilgisini yansıtıyor. COVID-19 salgınının neden olduğu küresel zorluklara rağmen Türkiye, 2021 yılında hâlâ 50.000'den fazla Hintli ziyaretçi çekmeyi başardı. Turizm rakamlarını koruma yeteneği, iki ülke arasındaki güçlü ikili ilişkileri ve karşılıklı hayranlığı vurgulamaktadır. Türkiye, Hindistan ile ilişkilerini güçlendirme ve turizm altyapısını geliştirme çalışmaları kapsamında 2023 yılına kadar 1 milyon Hintli turisti ağırlama hedefi koymuştur. 2022 yılında ülke hâlihazırda 27.300'den fazla Hintli gezgini ağırlamıştır; bu da güçlü bir toparlanma ve Hintli turistlerin ilgisinin devam ettiğini göstermektedir. Seyahat kısıtlamalarının kaldırılması ve uluslararası turizmin toparlanmasıyla bu olumlu eğilimin devam etmesi beklenmektedir. Hintli turist sayısındaki artış, yalnızca iki ülke arasındaki kültürel ve ekonomik bağları güçlendirmekle kalmamaktadır, aynı zamanda Türkiye'nin çeşitli ve cazip bir destinasyon olarak cazibesini de ortaya koyuyormaktadır. Türkiye'nin lüks tatil köyleri ve tarihi mekânları, gösterişli Hint düğünleri için ideal bir ortam sağlamaktadır. Ayrıca Bollywood'un Türkiye'deki çekimlere olan ilgisi de ülkenin Hintli izleyiciler arasındaki popülaritesini daha da artırmaktadır.

Türkiye'nin Hintli gezginlerin tercih ettiği bir destinasyon olarak önemi ister eğlence ister iş ister özel etkinlikler olsun, bu gelişmelerle vurgulanmaktadır. Hintli turistlerin sürekli akını, konaklama, perakende ve eğlence sektörlerini güçlendirerek Türk ekonomisine katkıda bulunmaktadır. Türkiye'de düzenlenen Hint düğünlerinin sayısının artması, bu organizasyonların mekân, konaklama, yiyecek-içecek ve ilgili hizmetlere önemli miktarda harcama gerektirmesi nedeniyle ekonomik açıdan da önemli bir artış sağlamaktadır. Türkiye'nin artan sayıda Hintli turisti çekmesiyle birlikte, iki ülke arasındaki ikili ilişkiler, turizm ve ticaret sektörlerinde karşılıklı çıkar ve artan iş birliği sayesinde daha da genişleyecektir. Turizmdeki canlı alışverişler, her iki ulusun derinleşen bağlarının ve ortak

isteklerinin kanıtı olarak hizmet etmektedir ve müreffeh ve işbirlikçi bir geleceğin yolunu açmaktadır.

Eski Hindistan ve Anadolu'nun Vedic çağı kadar uzanan uzun bir ekonomik ve kültürel alışveriş geçmişi vardır. Osmanlı padişahları ile Hindistan yarımadasındaki Müslüman krallıklar arasındaki diplomatik etkileşimler 1481-1482'de başladı ve devam eden ikili ilişkiler için güçlü bir temel oluşturmuştur. Bu alışverişler iki bölge arasındaki karşılıklı anlayış ve iş birliğini teşvik etmiştir (CLEARIAS TEAM, 2023).

Hindistan'ın 1920'lerdeki Kurtuluş Savaşı sırasında Türkiye'yi desteklemesi, iki ülke arasındaki tarihi bağları vurgulayarak, bağımsızlığa ve özyönetime olan karşılıklı bağlılığı ortaya koydu. Türkiye'nin geçmişindeki kritik bir dönemde yapılan bu yardım, ikili ilişkilere sağlam bir temel oluşturdu. Hindistan'ın 15 Ağustos 1947'de bağımsızlığını kazanmasının ardından Türkiye, yeni oluşan ulusu derhal tanımış ve kabul etmiştir; birbirlerinin otoritesini ve özgürlüğünü ortak olarak tanıdığını göstermiştir. 1948 yılında iki ülke arasında resmi diplomatik ilişkiler kuruldu ve zamanla büyüyen ve sağlamlaşan bir işbirlikçi ittifakın başlangıcı olmuştur.

Diplomatik ilişkilerin kurulması ticaret, kültür ve diplomasi gibi birçok alanda iş birliğini kolaylaştırmıştır. Her iki ülke daha sonra karşılıklı anlayışı geliştirmek ve ikili ilişkileri güçlendirmek amacıyla çeşitli değişim ve girişimlere katılmıştır. Zor zamanlarda karşılıklı yardımlaşmadan resmi diplomatik bağların kurulmasına doğru yaşanan bu ilerleme, Hindistan ile Türkiye arasındaki ilişkinin derin ve anlamlı doğasının altını çizmektedir. Hindistan ile Türkiye arasındaki ekonomik ve ticari iş birliği, ikili ilişkilerinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır ve bu, 1973 yılında imzalanan İkili Ticaret Anlaşması ile de vurgulanmaktadır. Son on beş yılda iki ülke arasındaki ticaret önemli ölçüde arttı; bu, ekonomik güçlenmenin göstergesidir, bağlantılar ve ortak çıkarmaktadırlar. Hindistan'ın Türkiye'ye ihracatı orta yağlardan akaryakıt, otomotiv yedek parçalarından organik kimyasallara kadar geniş bir ürün yelpazesinden oluşmaktadır. Bu ihracatlar, Hindistan'ın farklı sektörlerdeki uzmanlığını ve Türkiye'nin farklı ihtiyaçlarını karşılama kapasitesini ortaya koyuyormaktadır. Öte yandan, Türkiye'nin Hindistan'a ihracatının kırık/kırılmamış haşhaş tohumu, makine, demir çelik ürünleri, inorganik kimyasallar ve kıymetli taşlar gibi emtialardan oluşması, Türkiye'nin geniş ihracat kabiliyetini ortaya koymaktadır. Hindistan ve Türkiye arasında büyüyen ticari ortaklık, yalnızca ekonomik kalkınmayı desteklemekle kalmamaktadır, aynı zamanda ikili ilişkileri ve karşılıklı anlayışı da güçlendirmektedir. Her iki ülke de aktif

olarak iş birliği ve yatırım fırsatlarını ararken, her iki ülkedeki işletmelere ve topluluklara fayda sağlayacak olan ticareti genişletme ve çeşitlendirme konusunda önemli bir potansiyel vardır. Ayrıca güçlü ekonomik katılım, teknoloji transferi, yatırım teşviki ve ortak girişimler gibi alanlarda daha derin iş birliğinin temelini atarak sürdürülebilir kalkınma ve refahı kolaylaştırmaktadır. Türk Hava Yolları, Hindistan ile Türkiye arasındaki ticaret ve turizmin geliştirilmesinde hayati bir rol oynamıştır. Türk Hava Yolları, geniş ağı ve etkin operasyonlarıyla iki ülke arasındaki iş fırsatlarının ve kültürel alışverişin artmasına yardımcı olmuştur. Ayrıca Türk Hava Yolları ve IndiGo, turizmi daha da geliştirmek ve insanlar arasında daha yakın etkileşimi teşvik etmek amacıyla 2018'den bu yana ortak uçuş ortaklığı kuruyormaktadır. Bu iş birliği, yolcuların seyahat deneyimlerini iyileştirmiş ve Hindistan ile Türkiye arasındaki bağlantıyı güçlendirerek gelecekte daha güçlü ekonomik ve kültürel bağlantılara zemin hazırlamıştır.

Bugün hem Türkiye hem de Hindistan, modernliğe doğru tarihi yolculuklarından gurur duymaktadır. Türkiye, stratejik konumu sayesinde Avrupa ile Asya'yı birbirine bağlayarak küresel politika, ekonomi ve kültür üzerinde önemli bir etki sürdürmektedir. Hindistan'ın demokratik yapısı, ekonomik gelişimi ve kültürel çeşitliliği onu uluslararası sahnede önemli bir oyuncu haline getirmiştir. Türkiye ve Hindistan'ın farklı yolları, ileri görüşlü liderliğin ve bir milletin tarihi engeller karşısında uyum sağlama ve reform yapma yeteneğinin önemini vurgulamaktadır. Her iki ülke de çağdaş, laik ve demokratik devletlerin son derece geleneksel ve çeşitliliğe sahip toplumlardan nasıl ortaya çıkabileceğinin örnekleri olarak hizmet etmektedir.

3. YÖNTEM

Bu bölüm, Hintli çiftlerin Türkiye'yi düğün mekânı olarak tercih etmelerini etkileyen faktörleri incelemek için bu çalışmada kullanılan metodolojiyi sunmaktadır. Karma yöntemli çalışma tasarımı, katılımcı seçme süreci, veri toplamak için kullanılan yöntemler, verileri analiz etmek için kullanılan teknikler ve bulguların doğruluğunu ve tutarlılığını sağlamak için atılan adımlar hakkında kapsamlı bir açıklama sağlamaktadır.

3.1 Araştırma Deseni

Bu çalışmada, özellikle yakınsak paralel tasarımdan faydalanan karma yöntem yaklaşımı kullanılmıştır. Seçilen metodoloji hem niceliksel hem de niteliksel verilerin eş zamanlı toplanıp incelenmesine olanak tanıyarak, Türkiye'yi düğün destinasyonu olarak seçen Hintli çiftlerin tercihlerini etkileyen unsurların kapsamlı bir şekilde anlaşılmasını kolaylaştırmaktadır. Nicel veriler ölçülebilir bilgiler sağlarken, nitel veriler istatistiksel bulguların daha derin anlaşılmasını ve bağlamsallaştırılmasını sağlamaktadır. Karma yöntem araştırması, araştırmacının çalışmanın bir bölümünde nitel araştırma çerçevesini, diğer bölümünde ise niceliksel araştırma çerçevesini kullandığı bir metodolojidir. Bu birleşim, araştırma alanının daha derinlemesine anlaşılmasına katkıda bulunmak amacıyla kullanılmaktadır (Creswell, 2005). Hem nicel hem de nitel yöntemlerin aynı araştırmada birleştirilmesi, bunların birbirini desteklemesine izin vererek araştırma probleminin daha geniş kapsamlı olarak incelenmesine olanak tanımaktadır (Greene vd., 1989; Tashakkori ve Teddlie, 1998). Bu çalışmada karma yöntem araştırma tekniğinin kullanılmasının nedeni, Hintli çiftlerin Türkiye'yi düğün destinasyonu olarak seçmelerinde etkili olan unsurların tam olarak anlaşılması ihtiyacına dayanmaktadır. İlk başta, destinasyondaki düğün uzmanlarının bakış açılarını derinlemesine araştırmak için nitel bir araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu, Hintli çiftlerin kararlarını şekillendiren karmaşık akıl yürütmeyi ve kültürel etkileri ortaya çıkarmaya yardımcı olmuştur. Araştırmanın niteliksel kısmı, Hintli çiftlerin Türkiye'yi düğün destinasyonu olarak seçmelerinin altında yatan nedenleri kapsamlı bir şekilde araştırmak amacıyla düğün planlama uzmanlarına bir dizi spesifik ve ayrıntılı soru sorulmasını içermektedir.

Bu nedenle, çalışmanın amaçlarına etkili bir şekilde ulaşabilmek için karma yöntem stratejisi seçilmiştir. Daha doğru bir ifadeyle çalışmada, katılımcıların bakış açılarını kapsamlı bir şekilde araştırmak için başlangıçta nitel verilerin toplanmasını ve analiz edilmesini içeren,

keşfedici sıralı bir tasarım kullanılmıştır. Keşfedici sıralı tasarım, niteliksel ve niceliksel yaklaşımları birleştiren bir araştırma tekniğidir. Bu metodolojide veri toplama ve analizin nitel aşamasını Fetters, Curry ve Creswell (2013) tarafından açıklandığı gibi niceliksel aşama takip etmektedir. Başlangıçtaki niteliksel aşama, niceliksel bir araç oluşturmak için kullanılan içgörülerini sağlamıştır. Bu aracın niteliksel bulguları ölçmesi ve daha geniş bir kapsamda önemli değişkenleri belirlemesi amaçlanmıştır. Bu çalışmada kullanılan sıralı yaklaşım, niteliksel içgörülerin niceliksel araştırma üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olmasını sağlamış ve böylece çalışmanın sonuçlarının genel geçerliliğini ve güvenilirliğini artırmıştır.

3.2 Araştırma soruları

Çalışma aşağıdaki araştırma soruları tarafından yönlendirilmektedir:

Niteliksel: Hintli çiftleri düğün mekânı olarak Türkiye'yi seçmeye iten temel kişisel ve kültürel faktörler nelerdir? Bu niteliksel araştırma, çiftlerin verdiği kararları etkileyen öznel deneyimleri ve kültürel faktörleri keşfetmeyi amaçlamaktadır.

Nicel: Hintli çiftlerin düğün destinasyonu olarak Türkiye'yi seçme kararlarında istatistiksel olarak anlamlı etkiye sahip olan kesin kriterler nelerdir? Bu araştırma, niceliksel analiz kullanarak karar verme sürecini önemli ölçüde etkileyen önemli faktörleri ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Amaç, sonuçları destekleyecek ampirik kanıt sağlamaktır.

Karma Yöntemler: Kişisel anlatılardan ve kültürel bağlamlardan elde edilen nitel gözlemler, Hintli çiftlerin Türkiye'yi bir düğün destinasyonu olarak tercih etmelerine ilişkin nicel verileri nasıl geliştiriyor? Bu araştırma, niteliksel ve niceliksel bulguları birleştirerek, öznel deneyimlerin ve nesnel öğelerin çiftlerin tercihlerini etkilemek için nasıl etkileşime girdiğine dair kapsamlı bir bilgi sağlamayı amaçlamaktadır.

3.3 Katılımcılar

Araştırmanın nitel aşamasına çeşitli düğün planlama organizasyonlarından 22 profesyonel katılmıştır. Katılımcılar, düğün endüstrisine ilişkin geniş uzmanlıkları ve anlayışları temel alınarak titizlikle seçilmiştir; bu aşamada elde edilen bilgilerin kapsamlı ve anlayışlı olacağı garanti edilmiştir.

Niceliksel aşamada Hint nüfusundan toplam 560 kişi kayıt altına alınmıştır. Bu kişiler ya daha önce düğün mekânı olarak Türkiye'yi seçmiş ya da gelecekteki düğünleri için Türkiye'yi düşünen çiftlerdir. Çalışma, önemli ve çeşitli bir örnekleme bir araya getirerek Hintli çiftlerin

Türkiye'yi bir düğün mekânı olarak seçmeleriyle bağlantılı geniş bir bakış açısı ve deneyim yelpazesini yakalamayı amaçlamaktadır.

Bu araştırma etik kurul izni gerektirmemektedir. Sonuçların doğruluğunu ve güvenilirliğini sağlamak için çeşitli örnekleme yaklaşımları kullanılmıştır. Niceliksel bileşen, farklı demografik kategorilerden bireyleri seçmek için katmanlı rastgele örneklemeyi kullanarak dengeli bir temsil sağlamıştır. Ayrıca, düğün planlama dinamikleri ve destinasyon seçimleri hakkında kapsamlı ve çeşitli bilgiye sahip uzmanların bilinçli olarak seçilmesini içeren niteliksel aşama için amaçlı örnekleme kullanılmıştır. Katılımcıları seçmeye yönelik bu titiz ve her unsuru kapsayan yöntem, araştırma sonuçlarının güvenilirliğini ve güvenilirliğini artırmak için tasarlanmış olup, Hintlilerin düğünler için Türkiye'ye olan eğilimlerini etkileyen faktörlere dair önemli bir anlayış sunmaktadır.

3.4 Nitel Araştırma Yöntemi

Düğün turizmindeki güncel trendleri analiz etmek amacıyla bir ön araştırma yapılmıştır. Bu çalışma, Hintlilerin bir düğün destinasyonu olarak Türkiye'ye ilgi duymalarının nedenlerini keşfetmek için nitel bir araştırma yaklaşımından yararlanmıştır. Nitel araştırma, bir çalışma sorusunu hümanist veya idealist bir bakış açısıyla inceleyerek anlamayı amaçlamaktadır. Gilgun'a (1992) göre nitel veriler sayısal niceliklerden ziyade metin ve görsel olarak sunulmalarıyla ayırt edilmektedir. Ayrıca Taylor ve Bogdan (1984), öncelikle eğitim araştırmacıları ve diğer sosyal bilimciler tarafından geliştirilen nitel araştırma yöntemlerinin, motivasyon, iletişim ve anlayış gibi insan olgularının karmaşıklıklarını keşfetmek için özel olarak tasarlandığını öne sürmektedir.

3.4.1 Veri toplama yöntemi ve prosedürü

Veri toplama, bir teorik çerçevenin anlaşılmasını artırmayı amaçladığı için araştırmada önemlidir (Bernard, 2002). Bu nedenle, ilgili topluluktan temsili bir örneklemin bilinçli olarak seçilmesi, nitel sosyal araştırmanın önemli bir parçasıdır. Genellikle mevcut kaynakların en uygun şekilde kullanılması için bilgi açısından zengin vakaları belirlemek ve seçmek için nitel araştırmada kullanılmaktadır (Patton, 2002). Niteliksel örnekleme yönteminin temel amacı, incelenen konuyla ilgili veya bu konudan etkilenen nüfusu tanımlamak ve temsil etmektir. Örnekleme teknikleri genellikle iki ana kategoriye ayrılmaktadır: olasılığa dayalı yaklaşımlar ve olasılığa dayalı olmayan yöntemler. Bu çalışmada, olasılığa dayalı olmayan örnekleme türlerinden biri olan amaçlı örnekleme tekniği kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme, araştırmanın

hedeflerini karşılamak için en uygun veri kaynaklarını bilinçli bir şekilde seçmek için kullanılmaktadır. Bu yaklaşımın önemi, araştırmacının yalnızca esas verileri toplamasına izin vermesinde yatmaktadır; nitel verilerin değerlendirilmesi, nicel verilerin analizinden çok daha fazla zaman alabilir, bu nedenle bu yaklaşım önemlidir. Katılımcı sayısını kısıtlayarak değerlendirilecek veri miktarını azaltmak, çalışmanın doğru bir şekilde yürütülmesi için gereken sürenin ve maliyetin azalmasına yardımcı olmaktadır. Nitel araştırmalarda araştırmacı, gerekli bilgiyi belirler ve ilgili uzmanlık veya deneyime sahip kişileri aktif olarak bulmaktadır (Bernard, 2002). Bu çalışma için, düğün turizmi sektöründen 22 profesyonel nitel araştırma aşamasına dâhil edilmiştir. Katılımcılar, kullanılan özel bir metodoloji olan maksimum çeşitlilik örnekleme yaklaşımıyla seçilmiştir.

Katılımcılardan kapsamlı ve derin yanıtlar almak amacıyla, görüşme yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırmalarda, birincil verilerin toplanmasında görüşmeler önemli bir rol oynamaktadır. Nitel araştırma, ölçmeye odaklanan nicel çalışmalardan farklı olarak belirli olayların altında yatan nedenleri araştırmayı ve açıklığa kavuşturmayı amaçlamaktadır (Stewart, Gill, Chadwick ve Treasure, 2008). Bu nedenle, birincil verilerin toplanması için etkili tekniklerin kullanılması ve görüşmelerin hayati bir rol oynaması önemlidir. Mülakatlar, deneysel ve fenomenolojik araştırma paradigmalarında kullanılabilir (Aliyu, Bello, Kasim ve Martin, 2014). Yarı yapılandırılmış görüşme formatında kullanılan sorular, görüşme formatını oluşturmak için uyarlanmıştır. Uzmanlara göre, nitel araştırmalarda en sık kullanılan görüşme türüdür (Alshenqeeti, 2014). Bu tür, yapılandırılmış görüşmeler gibi araştırmacının konu ve sorulara ilişkin genel bir bakış hazırlamasını içerir (Stuckey, 2013).

Görüşme soruları hem Hindistan'da hem de Türkiye'de faaliyet gösteren özel düğün planlama kuruluşlarından yirmi iki tecrübeli profesyonel ile paylaşılmıştır. Bu uzmanlar, firmalarında üst düzey pozisyonlarda bulunmakta olup, Türkiye'de karmaşık Hint düğünlerinin düzenlenmesi konusunda geniş bir deneyime sahiptirler. Bu etkinliklerin tüm lojistik yönleriyle başa çıkmak için gerekli yetkinliklere sahiptirler. Uzman bilgileri temel alınarak, görüşme formu geliştirilmiş ve bir katılımcıyla pilot görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşme formu, pilot görüşmelere dayalı olarak yapılan değişiklikler sonrasında karışık sorular içeren bir dizi üzerinde düzeltilerek nihai haline getirilmiştir. Düğün uzmanlarıyla yapılan görüşmeler sırasında on altı kapsamlı soru sorulmuştur. Katılımcı yanıtlarından, Hindistanlı çiftlerin Türkiye'yi düğün yeri olarak tercihlerini gösteren dokuz tema belirlenmiştir. Görüşmeler, yaklaşık iki buçuk ay boyunca, Ocak 2024'ten Mart 2024'ün ortasına kadar, yüz yüze toplantılar ve diğer çevrimiçi platformlar aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Yüz yüze görüşmeler tercih

edilmesine rağmen, birkaç katılımcı yoğun programları nedeniyle kişisel olarak ulaşamamıştır. Görüşmelere başlamadan önce, katılımcılar çalışmanın amaçları hakkında detaylı bir şekilde bilgilendirilmişlerdir. Verimlilik ve etkinlik sağlamak için, görüşmeci, esnek bir sorgu dizisi kullanarak katılımcıların yanıtlarına uygun bir konuşma tarzı benimsemiştir.

3.4.2 Nitel verilerin analizi

Nitel veriler toplandıktan sonra, bu veriler ön analize tabi tutulmuştur. Ardından, bu veriler, içerik analizi ve betimsel analiz teknikleri gibi yaygın olarak kullanılan nitel araştırma yaklaşımlarıyla incelenmiştir.

İçerik analizi kelimeler, fotoğraflar, semboller veya ses verileri gibi sıklıkla düzenlenmemiş içeriklerden anlam çıkarmak için kullanılan bir araştırma sürecidir. Krippendorff'a (2004) göre, içerik analizi, metinlerin veya diğer anlamlı materyallerin kullanıldığı bağlamlar hakkında güvenilir ve doğru sonuçlara ulaşmak için kullanılan bir araştırma yöntemidir. İçerik analistleri, çıkarımlarına rehberlik etmek için yerleşik teorileri, önceki araştırmaları veya kişisel deneyimleri kullanır ve yapılandırılmamış metni araştırma sorularına yanıtlara dönüştürmek için katı prosedür kurallarını izlemektedirler (White ve Marsh, 2006). Bu süreçte, karşılaştırılabilir ifadelerin çeşitli bağlamlarda farklı anlamlara sahip olabileceği kabul edilmekte ve bu nedenle bu mesajların bağlamının dikkate alınması büyük önem taşımaktadır.

Ortak Çalışanlar (2023), içerik analizinin yürütülmesine yönelik temel prosedürleri aşağıdaki gibi özetlemektedir:

- Veri Toplama ve Hazırlama
- Verilere Aşinalık
- İlk Kodlama
- Kategori Geliştirme
- Kodları İyileştirme ve Seçme
- Temaları ve Kalıpları Analiz Etme
- Bulguların Yorumlanması ve Raporlanması
- Geçerlilik ve Güvenilirliğin Artırılması

Nitel araştırmalarda betimsel analiz, metinsel materyalin yorumlanmasını içeren ve sayısal bilgi içermeyen bir süreçtir. Bu yöntem, toplanan bilgilerin kapsamlı bir temsilini sağlamakta ve verilerin sözlü tasvirine ve incelenmesine odaklanmaktadır. Betimsel analiz özellikle anlatı

formatında sunulması gereken tanımlayıcı verilerle çalışırken kullanışlıdır ve konunun anlaşılmasını geliştirmektedir. Betimleyici nitel araştırma yöntemleri, verilerin temel doğasını yakalamayı amaçlar ve araştırmacıların materyali kapsamlı bir şekilde keşfetmesine ve anlamasına olanak tanımaktadır.

Araştırmacılar, veri kümesindeki kalıpları, temaları ve incelikleri ortaya çıkarmak için nitel verileri ve tanımlayıcı yaklaşımları kullanabilir. Bu, araştırılan konunun kapsamlı ve ayrıntılı bir şekilde incelenmesine olanak sağlamaktadır. Collaborators (2023), tanımlayıcı bir analiz yapmanın çeşitli temel aşamaları gerektirdiğini belirtmektedir:

- Veri Toplama
- Veri Hazırlama
- Yöntemlerin Uygulanması
- Özet İstatistikler ve Görselleştirme

Çalışma sürecinde, veri analizinin ilk aşaması, metinde sık sık tekrarlanan ifadelerin tespit edilmesiyle başlamış ve bu ifadelerden ilk kodlar oluşturulmuştur. Bu ifadeler belirlendikten sonra, bunlara karşılık gelen kodlar kaydedilmiştir. Kodlamanın güvenilirliği, her bir konu için kullanılan kodlama uyum düzeyinin %70'in üzerinde olması gerektiği gibi, tüm temaların %95'in üzerinde bir güvenilirlik oranına sahip olduğunu gösteren bir güvenilirlik formülü kullanılarak değerlendirilmiştir (Miles ve Huberman, 1994: 64). Güvenilirlik hesaplamaları yapıldıktan sonra, düğün destinasyonu seçme sürecinin farklı aşamalarıyla ilişkili temaları keşfetmek için kodlar birbirine bağlanmıştır. Bu, içerik analizinin ikinci aşamasını işaret etmiştir. Üçüncü aşamada, veriler sistemli bir şekilde düzenlenmiş ve sonuçlar sunulmuştur. Son aşama, keşiflerin analiz edilmesi ve anlamlandırılmasıdır.

3.4.3 Nitel verilerin geçerliliği ve güvenilirliği

Geçerlik ve güvenilirlik her araştırmanın temel unsurlarıdır. Bu özelliklerin titizlikle ele alınması, üstün araştırmayı kalitesiz çalışmalardan ayırt etmeye ve bilim camiasının bulgularını güvenilir ve sağlam olarak kabul etmesine olanak tanımaktadır. Geçerlilik, bir çalışmanın gerçeği doğru bir şekilde temsil ettiğini ve geçerli bir ölçme aracının amaçladığı fenomeni doğru bir şekilde değerlendirdiğini gösteren bilimsel sonuçların doğruluğunu ifade etmektedir (LeCompte ve Goetz, 1982, s. 32). Güvenilirlik ise, katılımcı yanıtlarının tutarlılığı, istikrarı ve tekrarlanabilirliği ile araştırmacıların bilgileri güvenilir bir şekilde toplama ve kaydetme yeteneğini ifade etmektedir. Bir araştırma yaklaşımının çeşitli test dönemlerinde tutarlı

sonuçlar üretme yeteneği ile ilgilidir (Selltitz ve diğerleri, 1976, s. 182). Farklı disiplinlerden önde gelen nitel araştırmacılar, güvenilir ve inandırıcı bulgular üretmek için gereken birçok önemli stratejiyi ortaya koymuştur. Bu alandaki çeşitli araştırmacılar, nitel araştırmalarda önemli katkılarda bulunmuşlardır, rneğin Benner (1985), Brink ve Wood (1988), Corbin ve Strauss (1990), Field ve Morse (1985), Glaser ve Strauss (1967), Kirk ve Miller (1967), Kuzel ve Like (1991), Lather (1986), LeCompte ve Goetz (1982), Leininger (1991), Lincoln ve Guba (1985), Miles ve Huberman (1984), Morse (1991) ve Sandelowski (1981).

ğenleme: ğenleme, tek bir olguyu incelemek için birden fazla veri kaynağının, yöntemin, araştırmacının, teorik bakış açısının ve analitik yaklaşımın kullanılmasını ve böylece aralarındaki uyumun doğrulanmasını içermektedir. Birincil amacı, araştırmacıların kişisel önyargılarını azaltmak ve tek araştırmacı, tek teori veya tek yöntemli çalışmaların doğasında var olan sınırlamaları ele almak ve böylece çalışmanın geçerliliğini arttırmaktır (Denzin, 1989).

Çoklu lim: Bu strateji, limlerin uzun bir süre boyunca, farklı zamanlarda, çeşitli durum veya ortamlarda ve farklı kişiler tarafından tekrarlanmasını gerektirmektedir.

Uzman Rızası Doğrulaması: Bu, araştırma sürecinin çeşitli aşamalarında konuya aşına olan uzmanlardan doğrulama alınmasını içermektedir. Verilerin araştırma meslektaşları, jüri heyeti veya katılımcı bilgi kaynakları gibi başkaları tarafından bağımsız analizini içermektedir. Örneğin, analiz sırasında başlangıç kategorileri oluşturulduktan sonra bağımsız araştırmacılar veya alan uzmanları kendi kategori sistemlerini oluştırmaya davet edilir ve bunlar daha sonra birincil araştırmacılarınkilerle karşılaştırılmaktadır.

ye Kontrolleri: Bu süreç, sonuçların doğruluğu hakkında geri bildirim almak için bilgi verenlerle analizin yeniden gözden geçirilmesini içermektedir. Hem araştırmacının hem de bilgi verenlerin veriler hakkında tutarlı bir anlayışa sahip olmasını sağlamaktadır.

Onaylanmayan Kanıtların Aranması: Bu adım aktif olarak ilk varsayımlar veya bulgularla çelişen kanıtları aramaktadır. Bir nerme ancak onu çürütmeye yönelik sert girişimlere direndiği zaman güvenilirlik kazanmaktadır.

Temsil Edilebilirliğin Kontrolü: Bu, tüm veri kümesinin, kodlama kategorilerinin ve verileri analiz etmek ve sunmak için kullanılan örneklerin temsil edilebilirliğinin doğrulanmasını içermektedir.

Kalın Açıklama: Nicel araştırmaya benzer şekilde, nitel araştırma da ancak kriterleri ve prosedürleri açıkça belirtildiği takdirde sistematik olarak değerlendirilebilir. Bu nedenle

geçerlilik ve güvenilirlik ancak çalışmanın bağlamı veya ortamı hakkında çok ayrıntılı bir açıklama sağlanırsa değerlendirilebilir.

Bu araştırmada kullanılan yöntemler, geçerliliği ve güvenilirliği artırmak için bir dizi stratejiyi içermektedir. Üçgenleme stratejisi, farklı kaynaklardan ve yöntemlerden elde edilen verilerin birleştirilerek temaların güçlendirilmesine yardımcı olmuştur. Üye kontrolleri, katılımcılardan bulgularla ilgili geri bildirim alınarak yapıldı, bu da çalışmanın doğruluğunu ve geçerliliğini artırmıştır. Araştırmacının tarafsızlığını sağlamak için görüşmeler objektif bir şekilde yürütüldü ve bulguların tutarlılığı, literatürle çapraz referans yapılarak kontrol edildi. Katılımcılarla rahat bir ortamda yapılan görüşmelerin süresi uzatılarak daha derin ve net bilgi toplanması sağlanmaktadır. Ayrıca, akran değerlendirmesi ve dış denetçi prosedürleri kullanılarak çalışmada iyileştirmeler yapıldı, bu da çalışmanın güvenilirliğini artırmıştır. Bu stratejilerin birleşimi, araştırmanın güvenilirliğini sağlamak için etkili bir yaklaşım oluşturmaktadır.

Yapılan açıklamalardan, nitel araştırma yönteminin iç geçerliliğinin sağlandığı sonucuna varılabilir. Dış geçerliliği sağlamak için tavsiye edildiği gibi kesin ifadeler ve amaçlı örnekleme tekniği kullanılmıştır. Bu çalışmada amaçlı örnekleme yöntemi, bulguların daha geniş bir kitleye genellenebilirliği yerine, araştırılan bireyler veya olaylar hakkında derinlemesine bir anlayış elde etmek amacıyla seçilmiştir. Bu yaklaşımla seçilen katılımcılardan elde edilen ham veriler, önceden belirlenmiş konulara göre yeniden düzenlenmiş ve hiçbir değişiklik veya ek açıklama yapılmadan doğrudan alıntılarla sunulmuştur. Dolayısıyla, bu taktiklerin uygulanmasıyla çalışmanın dış geçerliliği güvence altına alınmıştır.

Araştırmanın iç güvenilirliğini sağlamak amacıyla, katılımcılara tüm görüşmelerde standart bir teknik kullanılarak sorular yönlendirilmektedir. Ayrıca, çalışma, veri toplama aracının geliştirilme sürecine ek olarak veri toplama ve analiz yöntemlerine kapsamlı bir genel bakış sunmaktadır. Dış güvenilirliği sağlamak için nitel araştırmalarda uzmanlaşmış bir araştırmacı, çalışmanın bulgularını ve yorumlarını ham verilere dayanarak değerlendirerek sonuçları doğrulamaktadır.

3.5 Nicel Araştırma Yöntemi

Araştırmanın ikinci aşamasında nicel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nicel araştırma, gözlemlerin temsil ettiği olguları tanımlamak ve anlamak amacıyla verilerin sayılarla temsil edilerek analiz edilmesini içermektedir. Bu araştırma genellikle, verilerin matematiksel analiz

için uygun olan sayısal bir biçimde sunulduğu fikri çerçevesinde tanımlanmaktadır (Aliaga ve Gunderson, 2002). Cohen (1980) tarafından tanımlanan nicel araştırma, ampirik metodolojileri kullanan ve sosyal araştırmada ampirik açıklamalarda bulunan bir araştırma türünü ifade etmektedir. Cohen'e göre, ampirik bir ifade, gerçek dünyadaki olayların gerçek durumunu tanımlayan bir iddia olarak tanımlanmaktadır. Creswell (1994), sayısal verilerin toplanması ve bunların matematiksel temellere, özellikle istatistiksel analizlere dayanarak incelenmesini içeren nicel araştırmanın kısa ve öz bir tanımını sunmaktadır.

3.5.1 Veri toplama yöntemi ve prosedürü

Araştırmanın amacı, Türkiye'yi düşün destinasyonu olarak düşünen Hintli çiftlerin veya ailelerin karar verme süreçlerini değerlendirmeye yönelik bir ölçek geliştirmektir. Bu hedefe ulaşmak için, nicel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan anket tekniğiyle veri toplanmaktadır. Bu yöntemin seçimi, maliyet etkinliği, katılımcı gizliliğini sağlama kabiliyeti, önyargı kaynaklı hataları en aza indirmeye yeteneği, katılımcılara soruları yanıtlamaları için yeterli zaman sağlama ve geniş bir kitleye hızlı bir şekilde ulaşma kapasitesi göz önünde bulundurularak yapılmaktadır. Merriam-Webster Sözlüğü'ne (Webster, 2021) göre, anket, belirli gerçekleri kapsamlı bir şekilde analiz ederek bir grup insanın davranışlarını, gereksinimlerini veya bakış açılarını anlamak için sistemli bir yaklaşımı ifade etmektedir. Anketler, bir nüfusun demografik özellikleri, ilgi alanları ve diğer özellikleri hakkında değerli bilgiler sağlamaktadır (Aliaga ve Gunderson, 2002).

Araştırmanın anket formu, nitel araştırma aşamasında yapılan içerik analizi sonucunda belirlenen ifadelerden yararlanılarak oluşturulmuştur. İlk olarak, katılımcılar tarafından en sık alıntılanan kodlar ile çalışma için önemli görülen ancak daha az belirtilmiş kodlar kullanılarak bir liste derlenmiştir. Daha sonra, bu kodlar farklı anket maddelerine dönüştürülerek toplamda 72 başlangıç ifadesi elde edilmiştir. Ancak, katılımcıların yorulmasını önlemek ve güvenilir yanıtları garanti etmek amacıyla bazı sorular hariç tutulmuştur. İçeriğin özgünlüğünü doğrulamak amacıyla tasarlanan anket formu, uzman geri bildirimleri doğrultusunda iki bölüme ayrılmıştır. İlk bileşen, katılımcıların demografik özelliklerini toplamak için tasarlanmış üç anketten oluşmaktadır. İkinci bölümde ise her biri yedi puanlık Likert ölçeğine göre değerlendirilen 46 ifade yer almaktadır.

Araştırmadaki belirli kavramları değerlendirmeye çalışırken, geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı kullanmak son derece önemlidir. Eğer çalışılan konu için güncel bir ölçme aracı

bulunmuyorsa, araştırmacılar ya mevcut bir ölçeği uyarlamalı ya da yeni bir ölçek oluşturmalıdır.

Trochim (2006), Dimitrov'un (2012) aktardığı gibi, ölçek geliştirme için beş aşamalı bir sürecin ana hatlarını çizmiştir:

1. Ölçülecek özelliğin tek boyutlu olduğunu varsayarak tanımlayarak başlayın.
2. İdeal olarak 80 ila 100 arasında, 5 veya 7 puanlık katılmıyorum-katılıyorum yanıt ölçeğine göre derecelendirilen potansiyel Likert öğelerinden oluşan bir havuz oluşturun.
3. Uzmanlardan oluşan bir panelin, yapıyı ne kadar iyi ölçtüklerine bağlı olarak maddeleri, kesinlikle olumsuzdan kesinlikle olumluya kadar 1'den 5'e kadar bir ölçekte derecelendirmesini sağlayın.
4. Son ölçek için saklanacak öğeleri seçin.
5. Ölçeği yönetin ve yanıtları analiz ederek ölçek için ham bir puan hesaplayın ve ölçeğin geri kalanına zıt bir şeyi ölçen maddeleri ters çevirin.

Likert derecelendirme ölçeği, öz yeterliliğin değerlendirilmesinde yaygın olarak değerli ve güvenilir bir araç olarak kabul edilmektedir (Maurer, 1998). Likert ölçekleri, katılımcılara iddialara yanıt verirken seçebilecekleri çeşitli seçenekler sunmaktadır. Bu seçenekler genellikle güçlü bir anlaşmayı temsil eden 5 ile ciddi anlaşmazlığı temsil eden 1 arasında değişmektedir. Ayrıca genellikle tarafsız bir seçeneğe de yer verilmektedir (Jamieson, 2004). Bununla birlikte, akademisyenler şu anda Likert tipi bir ölçek için en etkili yanıt seçeneklerinin sayısı konusunda bir tartışma içindeler. Bazı çalışmalar 7 maddeden veya eşit sayıda yanıt alternatifinden oluşan ölçeklerin kullanılması gerektiğini savunmaktadır (Cohen, Manion ve Morrison, 2000). Symonds (1924), en yüksek güvenilirlik düzeyine 7 puanlık bir ölçek kullanılarak ulaşılabileceğini öne sürmektedir. Bu, daha fazla yanıt alternatifi eklemenin güvenilirliği artırmaya da analiz veya araç yapımı için gereken zaman ve çabayı haklı çıkarmadığını öne sürmektedir. Bu çalışmada, katılımcıların 1 (en az anlaşmayı gösterir) ile 7 (en yüksek anlaşmayı gösterir) arasında değişen 7 puanlık Likert ölçeğinde puanladığı 46 ifadeden oluşan bir ölçüm kullanılmıştır. Anket formu doldurulduktan sonra ölçeğin güvenilirliğini değerlendirmek amacıyla pilot uygulama yapılmıştır. Anket hazırlama sürecinin önemli bir aşaması olan pilot test hem araştırmacılar hem de katılımcılar için olası endişeleri ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Pilot testin ardından yapılan açıklamalarda herhangi bir tutarsızlık kaydedilmemektedir.

Öncelikle Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) yapmak amacıyla veriler toplanmıştır. Toplanan verilere AFA uygulandıktan sonra elde edilen bulgular doğrultusunda anket formunda değişiklikler yapılmıştır. Güncellenen form daha sonra veri toplamanın ikinci turu için yeniden dağıtılmaktadır. Bu ikinci aşamada özellikle Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) yapmak amacıyla veriler toplandı. İlk AFA, 292 kişiden elde edilen veriler kullanılarak gerçekleştirildi ve ardından ek olarak 268 anket formu toplanmaktadır. Birleştirilmiş veri seti AFA'dan alındıktan sonra bir DFA gerçekleştirilmektedir. Hindistan'dan toplam 560 kişiyle anket yapıldı. Hem AFA hem de DFA'nın kullanıldığı ölçek geliştirme çalışmalarında veri toplamak için iki farklı yöntem kullanılmıştır. Başlangıç stratejisi, tüm verilerin aynı anda toplanmasını ve daha sonra bunların AFA ve DFA amaçları doğrultusunda bölünmesini gerektirmektedir. Bu çalışmada tercih edilen yöntem, anketlerin ilki AFA ve DFA şeklinde iki ayrı durumda yapılmasını içermektedir. Bu strateji, AFA yapıldıktan sonra ölçekteki madde sayısındaki potansiyel azalmayı hesaba katmak için seçilmiştir. Bu nedenle, daha az madde içeren bir anketin daha yüksek oranda yanıt vermesi ve katılımcıların daha güvenilir sonuçlar sunması beklenmiştir.

3.5.2 Nicel verilerin analizi

AFA başlangıçta çalışma sırasında toplanan 292 ankete dayalı bir veri seti üzerinde gerçekleştirilmektedir. Analiz SPSS 24.0 yazılımıyla gerçekleştirildi ve veriler SPSS'e aktarıldıktan sonra eksik veriler veya aykırı değerler gibi olumsuz durumların tespiti için bir ön inceleme yapılmaktadır. Eksik verilerin doğru şekilde ele alınması son derece önemlidir, çünkü bunların dikkate alınmaması hatalı bulgulara yol açabilir. Sonuç olarak, veri kümesindeki eksik verileri yönetmek için iki önerilen yaklaşım dikkate alınmaktadır. İlk yöntem, tüm eksik veri örneklerinin çalışmadan çıkarılmasını içerirken alternatif bir yaklaşım olan ikincisi, eksik değerlerin hesaplanmış bir değerle değiştirilmesini içermektedir. Bu çalışmada, veri setinde bulunan eksik veri örnekleri, karşılık gelen değişkenin ortalama değeri ile değiştirilmektedir.

Araştırmanın gerçekleştirilmesinden önce, veri yapısının faktör analizine uygun olup olmadığını belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri hesaplanmaktadır. Faktör analizinin geçerli olduğunu belirlemek için KMO değerinin 0,50'den fazla olması gerekmektedir. Bu çalışmadaki veri setinin KMO değerinin bu eşiği aşması, faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. İlk aşamalar tamamlandıktan ve veriler hazırlandıktan sonra AFA gerçekleştirildi.

AFA, geleneksel bir istatistiksel model olan aralık düzeyinde ölçülen hem gözlemlenebilir hem de gizli değişkenleri ölçmek için kullanılan bir tekniktir. Daha sonra, 268 anketten toplanan veri seti üzerinde DFA yapıldı. DFA, gizli ve gözlemlenebilir değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek için etkili bir istatistiksel yöntemdir. Ölçeğin geçerliliğini değerlendirmek için DFA için AMOS 24.0 istatistiksel yazılım programı kullanılmıştır.



4. BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde sunulan bulgular, Hintli çiftlerin Türkiye'yi düğün destinasyonu olarak tercih etmelerini etkileyen faktörlere ilişkin karma yöntem araştırmasından elde edilmiştir. Çalışma, araştırma sorularını hem niteliksel hem de niceliksel bakış açılarıyla ele almış ve bu konunun arkasındaki motivasyonların çeşitli yönlerini incelemiştir. Öncelikle, nitel araştırmalarda kullanılan içerik analizi ve betimsel analiz yöntemleriyle derlenen bulgular özetlenmiştir. Daha sonra, nicel araştırmalarda gerçekleştirilen AFA ve DFA sonuçları detaylı olarak açıklanmıştır.

4.1 Katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili bulgular

Çalışma, düğün sektöründen çeşitli demografik özellikleri kapsayan 22 katılımcıyla yapılan görüşmeleri içermektedir. Katılımcıların yaşları 20 ile 48 arasında değişmektedir. Cinsiyet temsili 13 erkek ve 9 kadın katılımcıyla kaydedilmektedir. Eğitim düzeyleri, lisans derecelerinden yüksek lisans derecelerine ve daha yüksek derecelere kadar değişen niteliklere sahip katılımcılarla farklılık göstermektedir. Bu çeşitli katılımcı grubu, çeşitli yaş gruplarını, cinsiyetleri, eğitim geçmişlerini ve mesleki rolleri kapsayan düğün endüstrisine dair kapsamlı bir bakış açısı sunmaktadır. Katılımcıların demografik özellikleri, Tablo 4.1'de sunulmuştur.

Tablo 4.1 Katılımcıların demografik özellikleri (n:22)

Kod	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Durumu	Meslek
K (1)	34-40	Erkek	Yüksek Lisans veya Doktora	Strateji ve İş Geliştirme Direktörü
K (2)	41-47	Erkek	Yüksek Lisans veya Doktora	Genel Müdür
K (3)	34-40	Kadın	Yüksek Lisans veya Doktora	Satış ve Pazarlama Asistan Direktörü
K (4)	41-47	Kadın	Yüksek Lisans veya Doktora	Direktör
K (5)	41-47	Erkek	Yüksek Lisans veya Doktora	Kültür ve Turizm Danışmanı
K (6)	20-26	Kadın	Lisans	Asistan Proje Müdür
K (7)	20-26	Kadın	Lisans	Müşteri Hizmetleri ve MICE Müdürü
K (8)	34-40	Erkek	Lisans	Bölgesel Satış Müdürü
K (9)	27-33	Kadın	Yüksek Lisans veya Doktora	Etkinlik Müdürü
K (10)	48 ve üzeri	Erkek	Yüksek Lisans veya Doktora	Direktör ve Kurucu
K (11)	27-33	Erkek	Yüksek Lisans veya Doktora	Operasyon Müdürü
K (12)	48 ve üzeri	Erkek	Yüksek Lisans veya Doktora	CEO ve Kurucu
K (13)	27-33	Kadın	Lisans	Etkinlik Asistan Müdür
K (14)	27-33	Erkek	Lisans	Asistan Proje Müdür
K (15)	27-33	Erkek	Lisans	Müşteri Destek Uzmanı
K (16)	41-47	Kadın	Yüksek Lisans veya Doktora	Kültür ve Turizm Sekreteri
K (17)	27-33	Kadın	Yüksek Lisans veya Doktora	Asistan Proje Müdür
K (18)	34-40	Erkek	Lisans	Proje Müdürü
K (19)	41-47	Kadın	Yüksek Lisans veya Doktora	MICE Direktörü
K (20)	41-47	Erkek	Yüksek Lisans veya Doktora	Pazarlama Müdürü
K (21)	34-40	Erkek	Lisans	Kurucu ve Direktör
K (22)	41-47	Erkek	Yüksek Lisans veya Doktora	Satış ve Pazarlama Direktörü

4.2 Nitel Araştırma Bulguları

Araştırmanın nitel aşaması, Hintli çiftlerin ve ailelerin düğün destinasyonu olarak Türkiye'yi seçme karar sürecini anlamak için Hindistan ve Türkiye'den Hintli düğün uzmanlarıyla görüşmeleri içermektedir. Görüşme yanıtlarının içerik analizi yoluyla incelenmesi sonucunda, tercihleri etkileyen çeşitli faktörleri ve nedenleri kapsayan dokuz farklı tema belirlenmektedir. Bu temalar, Hintli çiftlerin ve ailelerin Türkiye'yi düğün mekânı olarak tercih etmelerine yol açan hususlar hakkında kapsamlı bir anlayış sunmaktadır. Bu bulgular Tablo 4.2'de sunulmuş olup, Hintli çiftlerin Türkiye'yi düğün destinasyonu olarak tercih etmelerine neden olan faktörler hakkında bilgi sağlamaktadır.

Tablo 4.2 *Düğün destinasyonu seçim sürecini etkileyen faktörlere ilişkin bulgular:*

TEMALAR	ALT TEMALAR	KATEGORİLER
Destinasyon Seçim Faktörleri	Türkiye'nin çekici yönleri	Tarihi/Kültürel yönler (9) Fiyat verimli / uygun fiyatlı (8) Büyük oteller (7) Doğal güzellikler (7) Hava durumu (6) Mutfak / gıda yönetimi (6) Plajlar (6) Lüks yerler (6) Coğrafi güzellik (5) Hizmet kalitesi (5) Seyahat kolaylığı (4) Egzotik konum (3) Tatil yerleri (3)
	Prestij ve Tanınma	Çok prestijli (7) Yabancı bir destinasyonda kutlama (5) Harika bir düğün deneyimi (4) Durum sembolü (4) Anılar yaratmak (2) Benzersiz bir deneyim (2)
	Planlama Seçenekleri ve Gereksinimleri	Hindistan mutfağı dâhil gıda düzenlemeleri (13) Özel yerler (7) Konaklamalar (7) Dekorasyon (7) Dini/Tradisyonel düzenlemeler (6) Konaklama ve düğün için lüks yerler (6) Ulaşım (6) Bireysel talepler (5) Fotoğraf ve videografi (4)
Farkındalık	Bilgi kanalları	Sosyal Medya (10) Düğün planlayıcıları (10) Kulaktan kulağa (8) Düğün sergileri ve fuarları (6) Türkiye'deki eski düğün ev sahipleri (5) Bloglar / Etkileyici (4) Pazarlama etkinlikleri (3) Online seyahat platformları (3)
Tercihler	Mevsimsel Kullanılabilirlik	Yıl boyu kullanılabilirlik (8) Sonbahar ve Bahar mevsimleri (8) Müşterinin tercihlerine göre (6) Şehirlere bağlı hava durumu (4)
	Modern Hizmetler ve Yenilikler	Büyük yerler (8) Manzaralı güzellikler (7) Lüks ve kaliteli hizmetler (7) Özel ve kişiselleştirilmiş düğün paketleri (6) Teknik hizmetler (4)

Erişilebilirlik	Hedef/konum Erişilebilirlik	Uçuş bağlantısı (8) Farklı ülkelerden kolay erişim (5)
	Uluslararası Misafir Desteği	Transfer hizmetleri (11) Konaklama (9) Dil ve turistik yardım (6)
Finans	Bütçe dostu seçenekler	Farklı yer seçenekleri (8) Ucuz konaklama (8) Anlaşma veya müzakere fırsatları (6) F&B gereksinimleri ve hizmetleri (5) Hizmetler için genel fiyatlar (5)
Özgünlük	Kültürel / geleneksel hizmetlerin düzenlenmesi	Deneyimli düğün şirketleri (7) Geleneksel yemekler, giysiler ve dekor düzenlemeleri (7) Ritüel ve tören malzemelerinin varlığı (4) Hint Geleneklerinin Doğru Uygulanması (4)
Catering hizmetleri	Büyük Hint Düğünleri için Gıda Yönetimi	Türkiye restoranlarından Hint yemekleri (9) Hindistan'dan müşterinin kendi şef ekibi (7) Yemek hizmetleri için Hint baharatları ve gıda maddelerinin ithalatı (4)
Balay	Balayı düzenlemeleri	Özel seyahat turları (9) Konaklama (8) Uçuşlar ve ulaşım (6) Özel deneyimler (3)
Müşteri	Müşteri Kategorileri	Zengin aileler (10) İş adamları (7) Politikacılar (4)
	Müşteri Profili	Ünlüler (11) Tanınmış kişiler (4) Yüksek servete sahip bireyler (4)

Destinasyon Seçimi Faktörleri, Hintli çiftleri düğün destinasyonu olarak Türkiye'ye çeken çeşitli unsurları kapsamaktadır. Bunun en önemli alt temalarından biri de Türkiye'nin Çekici Yönleri'dir. Buna, ülkenin düğünler için muhteşem bir ortam sağlayan doğal güzelliği ve her türlü kutlamaya benzersiz bir çekicilik katan tarihi ve kültürel zenginliği de dâhildir. Coğrafi olarak Türkiye, elverişli havası, el değmemiş plajları ve düğünlere ev sahipliği yapan büyük otelleri de içeren egzotik yerleri nedeniyle caziptir. Uygun fiyatlarla kaliteli hizmet sunan lüks mekânlar cazibesini daha da artmaktadır. Türkiye'ye ulaşımın kolaylığı, Hint damak tadına hitap eden zengin mutfağıyla birleştiğinde, burayı daha da cazip bir seçenek haline getirmektedir. Bir diğer alt tema ise Prestij ve Tanınırlık'tır. Türkiye, yabancı bir yerde unutulmaz deneyimler yaratma vaadi sunan prestijli bir düğün destinasyonu olarak

Algılanmaktadır. Türkiye'de düğün kutlamak bir statü sembolü olarak görülmekte ve çiftlere benzersiz ve dikkat çekici bir etkinliğin keyfini çıkarma fırsatı sunulmaktadır. Üçüncü alt tema olan Planlama Tercihleri ve Gereksinimleri, Hintli çiftlerin özel ihtiyaçlarını ve tercihlerini ele almaktadır. Buna dini ve geleneksel düzenlemeler, bireysel talepler ve lüks ve ayrıcalıklı mekânlara duyulan istek de dâhildir. Konaklama, ulaşım, dekorasyon ve yemek düzenlemeleri, özellikle de Hint mutfağını kapsayanlar, kritik öneme sahiptir. Ayrıca düğünün özel anlarının ölümsüzleştirilmesi için profesyonel fotoğraf ve video çekimi hizmetleri de olmazsa olmazdır.

Farkındalık teması, Hintli çiftlerin bir düğün destinasyonu olarak Türkiye hakkında nasıl bilgi sahibi olduklarına odaklanmaktadır. Bilgi Kanalları alt teması çiftlerin bilgi topladığı çeşitli kaynakları öne çıkarmaktadır. Türkiye'deki muhteşem düğün mekânlarını ve hizmetlerini sergileyen Instagram ve Facebook gibi platformlar sayesinde sosyal medya önemli bir rol oynamaktadır. Pazarlama etkinlikleri, bloglar ve etkileyiciler de bu bilginin yayılmasına katkıda bulunmaktadır. Türkiye'deki eski düğün sahiplerinin deneyimlerini paylaşması nedeniyle ağızdan ağza iletişim güçlü bir araç olmaya devam etmektedir. Çevrimiçi seyahat platformları ayrıntılı bilgi ve incelemeler sunarken, düğün planlamacıları da profesyonel içgörüler ve öneriler sunmaktadır. Düğün fuarları ve etkinlikleri aynı zamanda çiftlere, düğünlerini Türkiye'de yapma olanaklarını tanıtmada da etkili olmaktadır ve ülkenin neler sunabileceğine dair kapsamlı bir bakış sunmaktadır.

Tercihler teması, Hintli çiftlerin düğün destinasyonu olarak Türkiye'yi seçme kararlarını etkileyen çeşitli faktörleri yansıtmaktadır. Sezonluk Kullanılabilirlik, Türkiye'nin yıl boyunca müşterilerin sezonluk tercihlerini karşılayabilecek seçenekler sunması nedeniyle çok önemli bir alt temadır. Sonbahar ve ilkbahar mevsimleri özellikle bazı şehirlerdeki güzel hava koşulları nedeniyle oldukça ilgi çekicidir. Modern Hizmetler ve Yenilikler, doğal güzelliklerin, geniş mekânların, lüks ve kaliteli hizmetlerin çekiciliğine odaklanan bir diğer önemli alt temadır. Gelişmiş teknik hizmetler genel deneyimi geliştirmektedir ve özelleştirilmiş ve kişiselleştirilmiş düğün paketlerinin varlığı, her çiftin benzersiz ihtiyaçlarının ve isteklerinin karşılanmasını sağlamaktadır.

Erişilebilirlik teması, Türkiye'yi Hintli çiftler için cazip bir düğün destinasyonu haline getiren faktörleri yansıtmaktadır. İlk alt tema olan Hedef veya konum Erişilebilirlik, uçuş bağlantısı ve farklı ülkelerden erişim kolaylığı sunarak Türkiye'yi uluslararası düğünler için uygun bir seçim haline getirmektedir. Bu bağlantı, konukların Türkiye'ye minimum sorunla seyahat edebilmelerini sağlar. İkinci alt tema olan Uluslararası Misafir Desteği ise uluslararası

misafirlere sağlanan desteklere odaklanmaktadır. Buna transfer hizmetleri, konaklama ve dil ve gezi yardımı dâhildir. Tüm katılımcılar için sorunsuz ve keyifli bir deneyim sağlamak, Türkiye'yi arzu edilen bir düğün destinasyonu haline getirmek açısından çok önemlidir.

Finans teması, Hintli çiftleri düğün destinasyonu olarak Türkiye'ye çeken finansal hususları incelemektedir. Bütçe Dostu Seçenekler alt temasında farklı bütçe düzeylerine hitap eden çeşitli mekân seçenekleri yer almaktadır. Uygun fiyatlı konaklama ve yeme-içme hizmetleri, Türkiye'yi uygun maliyetli bir seçenek haline getiren kritik bileşenlerdir. Pazarlık etme veya fiyat pazarlığı yapma fırsatları çekiciliğini daha da artırmaktadır. Genel olarak, Türkiye'de sunulan hizmetlerin maliyet etkinliği, burayı destinasyon düğünleri için uygun bir seçenek haline getirmede önemli bir faktördür ve çiftlerin bütçeyi zorlamadan lüks bir deneyim yaşamasına olanak tanımaktadır.

Özgünlük teması, Hintli çiftlerin düğün destinasyonu olarak Türkiye'yi seçme kararlarına katkıda bulunan kültürel ve geleneksel unsurları araştırmaktadır. Kültürel/Geleneksel Hizmetlerin Düzenlenmesi alt teması, Hint geleneklerinin özgün bir şekilde uygulanmasının önemini vurgulamaktadır. Türkiye'deki deneyimli düğün şirketleri, geleneksel yemek, kıyafet ve dekoru düzenleyerek bunu kolaylaştırmaktadır. Ayrıca ritüel ve tören malzemelerinin kullanılabilirliğini de sağlayarak kültürel açıdan zengin bir düğün deneyimi yaratmaktadır. Hint geleneklerinin yabancı bir ortamda bu özgün temsili, miraslarını benzersiz ve anlamlı bir şekilde kutlamak isteyen çiftler için önemli bir çekiciliktir.

Catering teması Türkiye'deki büyük Hint düğünlerinin yemek yönetimi yönüne odaklanmaktadır. Büyük Hint Düğünleri için Yemek Yönetimi alt teması, Hintli çiftlerin ve misafirlerinin mutfak tercihlerine hitap etmek için çeşitli stratejileri kapsamaktadır. Seçenekler arasında Hint yemeklerini Türkiye'deki yerel restoranlardan temin etmek, Hint baharatları ve gıda ürünlerini ithal etmeyi ve müşterinin kendi şef ekibini Hindistan'dan yönetmeyi içermektedir. Bu stratejiler, düğün kutlamalarında servis edilen mutfağın özgünlüğünün ve kalitesinin Hintli misafirlerin beklediği yüksek standartları karşılamasını sağlamaktadır. Tanıdık ve sevilen yemekleri sunma yeteneği, bir destinasyon düğününün başarısında kritik bir faktördür.

Balayı teması, Türkiye'de düğün kutlamalarının ardından balayı deneyimleri için yapılan düzenlemeleri konu almaktadır. Balayı Düzenlemeleri alt teması, çiftlerin tercihlerine göre kişiye özel gezi programları ve geziler içermektedir. Konaklama seçenekleri lüks otellerden ilginç butik pansiyonlara kadar çeşitlilik göstererek unutulmaz bir konaklama sağlamaktadır.

Uçuş ve ulaşım düzenlemeleri düğün paketine kusursuz bir şekilde entegre edilerek sorunsuz bir deneyim sağlamaktadır. Özel turlar ve romantik akşam yemekleri gibi özel deneyimler, düğün sonrası unutulmaz ve romantik bir kaçamak yaratmak için özel olarak tasarlanmış olup, yeni evli çiftin güzel ve kültürel açıdan zengin bir ülkede balayının tadını çıkarmasına olanak tanımaktadır.

Müşteriler teması, düğün destinasyonu olarak Türkiye'yi seçen müşterilerin farklı kategorilerini ve profillerini incelemektedir. İlk alt tema olan Müşteri Kategorileri siyasetçiler, iş adamları, varlıklı aileler gibi sınıflandırmaları içermektedir. Bu segmentler, prestiji ve sunduğu lüks deneyim nedeniyle Türkiye'ye ilgi duymaktadır. İkinci alt tema olan Müşteri Profili ise kamuya mal olmuş kişileri, ünlüleri ve yüksek gelirli kişileri kapsamaktadır. Bu özel profiller, Türkiye'deki destinasyon düğünlerinin ayrıcalıklı doğasını vurgulamaktadır. Türkiye'nin düğün kutlamaları için çektiği çeşitli müşteri kitlesi, ülkenin çok çeşitli tercih ve gereksinimleri karşılama becerisinin altını çiziyor ve en iyi düğün destinasyonu olarak itibarını daha da güçlendirmektedir.

4.3 Nicel Araştırma Bulguları

Çalışmanın bu bölümünde Hintli çiftlerin ve ailelerin düğün destinasyonu seçerken karar verme süreçlerini araştırmak ve bu amaç doğrultusunda bir ölçek geliştirmek amaçlanmıştır. Ölçeğin güvenilirliği ve yapı geçerliliği, gerçekleştirilen AFA ve DFA sonuçlarına dayandırılmıştır. Bu analizler, çiftlerin kararlarını etkileyen temel faktörlere dair içgörü sağlamaktadır ve tercihlerinin karmaşıklığını anlamak için sağlam bir çerçeve sunmaktadır.

4.3.1 Hintli Çiftlerin Düğün Destinasyonu Seçim Ölçeğine İlişkin AFA Bulguları

AFA yapmak için 292 katılımcıdan bilgi toplanmaktadır. Yapılan analiz sonrasında orijinalde 72 madde bulunan yedili Likert ölçeğinde 46 maddeye indirilmektedir. Daha sonra dört faktör belirlenmektedir: "Düğün Destinasyonunun Çekiciliği", "Uygun Maliyetli Düğün Hizmetleri", "Tercih Edilen Düğün Destinasyonu" ve "İdeal Düğün Müşterileri." AFA'nın sayısal sonuçları ekteki Tablo 4.3'te sunulmuştur.

Tablo 4.3 Hintli çiftlerin Düğün Destinasyonu seçim sürecine ilişkin AFA Bulguları

Faktörler	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Cronbach's Alpha (α)	Faktör Yükleri	Faktöre Etki
<i>F1 - Düğün Destinasyonunun Çekiciliği</i>	16.237	47.755	0.95		
DDÇ1				0.80	0.68
DDÇ2				0.75	0.74
DDÇ3				0.74	0.63
DDÇ4				0.72	0.59
DDÇ5				0.70	0.58
DDÇ6				0.69	0.67
DDÇ7				0.68	0.62
DDÇ8				0.68	0.66
DDÇ9				0.66	0.61
DDÇ10				0.65	0.55
DDÇ11				0.64	0.59
DDÇ12				0.64	0.54
DDÇ13				0.58	0.60
DDÇ14				0.57	0.61
DDÇ15				0.54	0.52
DDÇ16				0.47	0.50
<i>F2 - Uygun Maliyetli Düğün Hizmetleri</i>	2.609	7.673	0.89		
UDH1				0.73	0.69
UDH2				0.72	0.61
UDH3				0.63	0.59
UDH4				0.63	0.61
UDH5				0.62	0.63
UDH6				0.58	0.56
UDH7				0.51	0.57
UDH8				0.45	0.50
<i>F3 - Tercih Edilen Düğün Destinasyonu</i>	1.506	4.430	0.90		
TDD1				0.78	0.69
TDD2				0.77	0.73
TDD3				0.74	0.70

TDD4		0.71	0.68
TDD5		0.67	0.73
TDD6		0.63	0.59
TDD7		0.54	0.68
F4 - İdeal Düğün	1.349	3.969	0.87
Müşterileri			
IDM1		0.76	0.80
IDM2		0.74	0.77
IDM3		0.69	0.72
KMO: .951	Bartlett's Sphericity Test: 7535.143		

AFA sürecinde, her bir faktör gizli değişkenlere adlandırılmaktadır. Bu faktörler, gözlenen değişkenlerin genel varyansının bir kısmını açıklar ve açıkladıkları varyans miktarına göre sıralanmaktadır. Faktör yükleri, her bir değişken ile altta yatan faktör arasındaki ilişkiyi ifade etmektedir (Rahn, 2018).

"Düğün Destinasyonunun Çekiciliği"ni oluşturan birinci faktörde, on altı değişkenin faktör yükleri 0,80 ile 0,47 arasında değişir ve güvenirlik katsayısı 0,95'tir. İkinci faktör olan "Uygun Maliyetli Düğün Hizmetleri" için sekiz madde faktör yükleri ise 0,73 ile 0,45 arasında değişirken güvenirlik katsayısı 0,89'dur. Üçüncü faktör olan "Tercih Edilen Düğün Destinasyonu"nda, faktör yükleri 0,78 ile 0,54 arasında değişir ve güvenirlik katsayısı 0,90'dır. Dördüncü ve son faktör olan "İdeal Düğün Müşterileri" ise üç maddeden oluşur ve faktör yükleri 0,76 ile 0,69 arasında değişirken güvenirlik katsayısı 0,87'dir.

4.3.2 Hintli Çiftlerin Düğün Destinasyonu Seçim Ölçeğine İlişkin DFA Bulguları

AFA sonrasında ölçeğin geçerliliğini doğrulamak için DFA yapılmıştır. DFA'nın üç ana amacı bulunmaktadır: geliştirilen ölçeğin geçerliliğini doğrulamak, yanıtları karşılaştırmak ve modeli diğer modellerle değerlendirmek. DFA için, AFA'dan türetilen 46 maddeden oluşan ölçeği kullanan 268 katılımcıdan daha fazla veri toplanmıştır. Ölçeğin optimal yapısına ulaşmak için modifikasyon indeksleri gözden geçirilmiş ve düşük indeksli değişkenler sistematik olarak hariç tutulmuştur. Her bir hariç tutma işleminden sonra, DFA uyum indeksi değerleri yeniden değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, on iki madde daha çıkarılmış ve geçerliliği onaylanmış olan 34 maddelik bir ölçek geliştirilmiştir.

Ölçek geliştirme çalışmalarında yapı geçerliliğini test etmek için çeşitli uyum indeksleri kullanılmaktadır. Bu indeksler, çalışmalar arasında değişiklik gösterse de belirli temel uyum

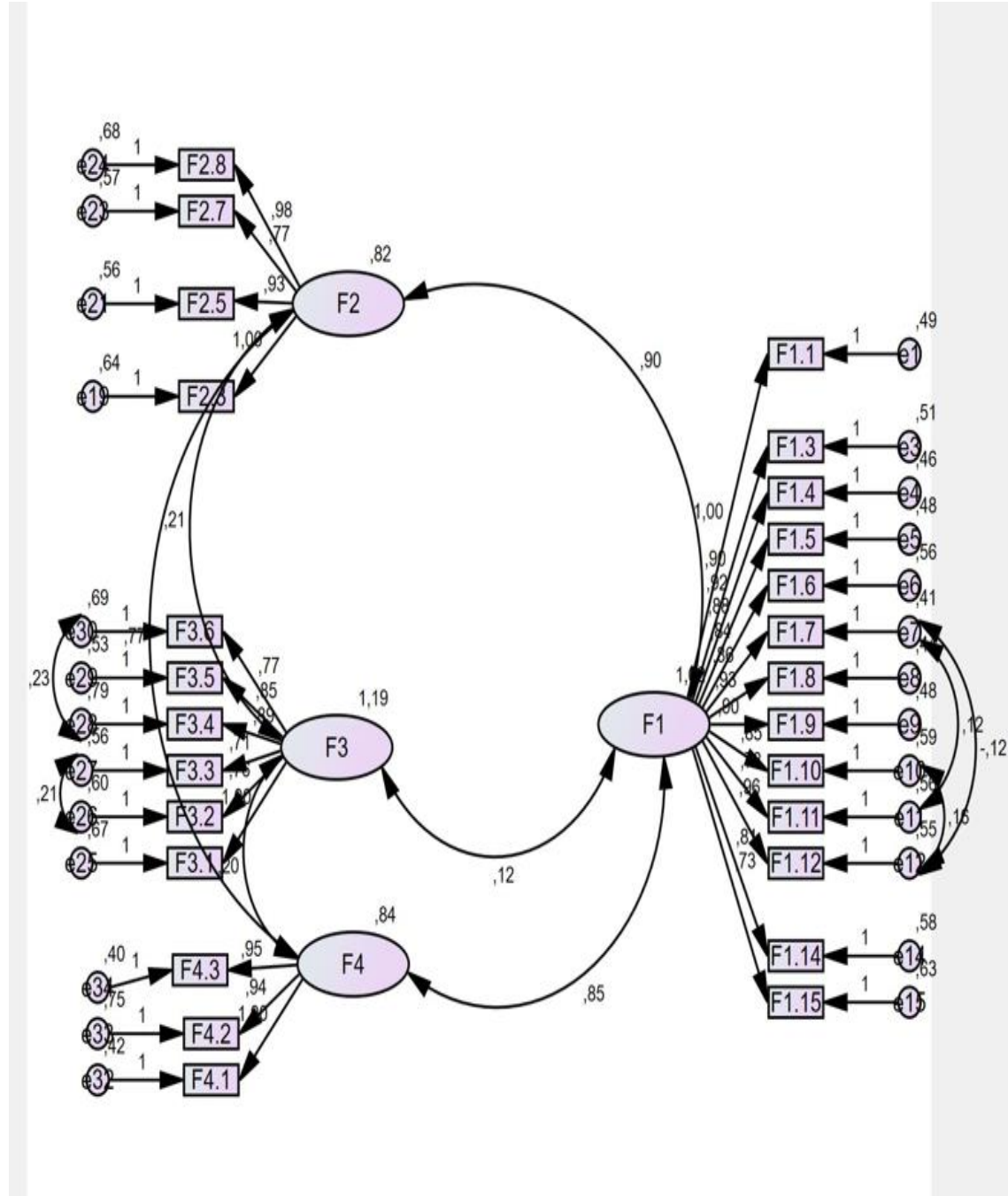
indeksleri sıkça kullanılmakta ve ölçek geçerliliği araştırmalarında daha kritik olarak değerlendirilmektedir. Bu endeksler arasında chi-square test (X^2/df), root mean squared error of approximation (RMSEA), comparative fit index (CFI), Tucker-Lewis index (TLI), standardized root mean square residual (SRMR), and Incremental Fit Index (IFI). Ölçeğe ilişkin uyum indeksi değerleri Tablo 4.4'te bulunmaktadır.

Tablo 4.4 Hintli Çiftlerin Düğün Destinasyonu Seçim Ölçeğinin DFA Uyum indeksi Değerleri

Ölçüm (Uyum İstatistiği)	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	(INwedds-TR) Ölçek Değerleri
X^2/df	≤ 3	$\leq 4-5$	2,505
RMSEA	$\leq 0,05$	0,06-0,08	0,07
CFI	$> 0,95$	0,94-0,90	0,91
TLI	$\geq 0,95$	0,94-0,90	0,90
IFI	$\geq 0,95$	0,94-0,90	0,91
SRMR	$< 0,05$	$< 0,08$	0,05

Bu çalışmada, genel olarak kabul görmüş uyum indeksi değerleri karşılaştırma amacıyla kullanılmıştır. Tablo 4.3'te gösterildiği gibi, Chi-square/serbestlik derecesi oranının 3 veya daha düşük olması iyi bir uyumu gösterirken, 4 ile 5 arasındaki oranlar kabul edilebilir bir uyumu temsil etmektedir. RMSEA değerlerinin 0,05 veya daha düşük olması uyumun iyi olduğunu ifade ederken, 0,06 ile 0,08 arasındaki değerler uygun bir uyumu temsil etmektedir. CFI endeksi değerinin 0,95'in üstünde olması iyi bir uyumu gösterirken, 0,90 ile 0,94 arasındaki değerler makul olarak değerlendirilir. TLI değerlerinin 0,95 ve üzeri olması uyumun iyi olduğunu, 0,90 ve üstünde olması ise uygun olduğunu göstermektedir. IFI değerlerinin 0,90 ve üzerinde olması uyumun iyi olduğunu, 0,85 ile 0,89 arasındaki değerlerin ise makul olduğunu ifade eder. SRMR indeksinin 0,08'in altında olması uyumun iyi olduğunu gösterirken, 0,08'in altındaki değerler uygun olarak kabul edilmektedir. Ölçekteki uyum değerlerinin iyiliğini değerlendirirken, tüm endeks değerleri kabul edilebilir ile iyi arasında kabul edilen aralıktadır. Hintli çiftlerin Türkiye'yi düğün destinasyonu olarak seçme kararını gösteren faktör yapısı Şekil 4.1'de sunulmuştur.

Şekil 4.1 Hintli Çiftlerin Düşün Destinasyonu Seçiminin DFA faktör yapısı



4.3.3 Birleşik Güvenirlik (CR), Ayırtedici Geçerlik (DV)

Hair ve diğerleri (2019) ile Tavakol ve Dennick (2011), yakınsak geçerliliğin değerlendirilmesinde ideal olarak 0,95'in altında olması gereken Ortalama Açıklanan Varyans (Average Variance Extracted-AVE) değerini kullanmaktadır. AVE, ölçüm hatasına atfedilen varyansa göre bir yapı tarafından yakalanan varyansın oranını ölçer; 0,7'nin üzerindeki değerler

çok iyi kabul edilirken, 0,5'in üzerindeki değerler kabul edilebilir olarak değerlendirilir. Ayrıca, daha tarafsız bir güvenilirlik tahmini olarak Cronbach Alfa yerine Bileşik Güvenirlik (Composite Reliability-CR) önerilmektedir; 0,7 veya daha yüksek bir eşik değeri kabul edilebilir olarak kabul edilmektedir. Tablo 4.5'te sunulan sonuçlar, tüm CR değerlerinin 0,7'yi aştığını ve kabul edilebilir aralıklara düştüğünü göstermektedir. Ayırt edici Geçerlik (Discriminant Validity-DV) için, dışsal yapılar arasındaki korelasyonun 0,85'i aşmaması gerekmektedir. Helms ve diğerleri (2006), güvenilirlik verilerinin analiz edilmesi, yorumlanması ve kullanılmasında gelişmiş uygulamalar için bileşik güvenilirliğin hesaplanmasını önermektedir. Tablo 4.6'da DFA tarafından belirlenen nihai faktörler ve bu faktörlere ait unsurlar listelenmiştir.

Table 4.5 Birleşik Güvenirlik (CR), Ayırtedici Geçerlik (DV)

	CR	AVE	Uygun Maliyetli Düğün Hizmetleri	İdeal Düğün Müşterileri	Düğün Destinasyonunun Çekiciliği	Tercih Edilen Düğün Destinasyonu
(F1) Düğün Destinasyonunun Çekiciliği	0,950	0,595	0,981			
(F2) Uygun Maliyetli Düğün Hizmetleri	0,819	0,531	0,729	0,917		
(F3) Tercih Edilen Düğün Destinasyonu	0,884	0,560	0,216	0,201	0,771	
(F4) İdeal Düğün Müşterileri	0,821	0,605	0,924	0,778	0,106	0,748

Table 4.6 INwedds-TR ölçeği

INwedds-TR Ölçeği	
F1	Düğün Destinasyonunun Çekiciliği
DDÇ1	Türkiye'nin coğrafyası onu çekici bir düğün destinasyonu haline getiriyor.
DDÇ2	Türkiye hem konaklama hem de törenler için özel yerler sunmaktadır.
DDÇ3	Türkiye'nin doğal manzaraları düğün deneyimini iyileştirir.
DDÇ4	Türkiye'nin iklimi düğün organizasyonu için iyidir.
DDÇ5	Türkiye'nin güzel plajları bir düğün için büyük bir cazibedir.
DDÇ6	Türkiye düğün törenleri için cazip dekorasyon seçenekleri sunar.
DDÇ7	Türkiye lüks bir düğün deneyimi sunar.
DDÇ8	Türkiye'nin hizmet kalitesi düğün beklentilerini karşılar veya aşar.
DDÇ9	Türkiye'nin büyük otellerinde büyük Hint düğünleri düzenleniyor.
DDÇ10	Türkiye'nin tarihi düğün deneyimini zenginleştirir.
DDÇ11	Türkiye'de bir düğün düzenlemek yabancı destinasyon heyecanı artırır.
DDÇ12	Türkiye'nin kültürü düğün deneyimini iyileştirir.
DDÇ13	Türkiye, çeşitli bütçeler için lüks yerler sunar.
DDÇ14	Türkiye konuklara konforlu konaklama imkânı sunmaktadır.
DDÇ15	Türkiye düğün organizasyonu için farklı ülkelerden kolayca erişilebilir.
DDÇ16	Çiftler Türkiye'yi sosyal medya aracılığıyla düğün destinasyonu olarak bulurlar.
F2	Uygun Maliyetli Düğün Hizmetleri
UDH1	Türkiye'nin F&B hizmetleri maliyetlidir.
UDH2	Türkiye'de bir Hint düğünü düzenlemek pahalıdır.
UDH3	Türkiye düğünlerde mükemmel bir Hint yemek yönetimi sunar.
UDH4	Türkiye, uygun fiyatlı konaklama imkânı sunmaktadır.
UDH5	Türkiye kolay seyahat ile düğün misafirleri için uygundur.
UDH6	Türkiye'de fiyatlar anlaşma fırsatları sunar.
UDH7	Düğün planlayıcıları Türkiye'yi düğünler için tavsiye etmektedir.
UDH8	Türkiye'nin yerleri yıl boyunca düğünler için uygundur.
F3	Tercih Edilen Düğün Destinasyonu
TDD1	Siyasetçiler Türkiye'yi düğünler için tercih ediyorlar.
TDD2	Türkiye'deki düğün firmaları konuklara dil yardımı sunuyor.
TDD3	Türkiye'deki düğün şirketleri konuklara turistik yardım sağlar.
TDD4	Çiftler Türkiye hakkında düğün sergilerinden ve fuarlardan öğrenirler.
TDD5	Ünlüler Türkiye'yi düğünler için tercih etmektedir.
TDD6	Geçmişteki ev sahiplerinin olumlu deneyimleri kararını etkiler.
TDD7	Düğün şirketleri uluslararası konuklar için verimli transferler sağlar.
F4	İdeal Düğün Müşterileri
IDM1	Zengin aileler Türkiye'yi düğünler için tercih ediyor.
IDM2	İş adamları Türkiye'yi düğünler için seçerler.
IDM3	Yüksek net değerli bireyler Türkiye'yi düğünler için tercih ederler.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Çalışmanın amacı, Hintli çiftlerin tercih ettikleri düğün destinasyonu olarak Türkiye'yi seçmeye yönlendiren belirli özellikleri belirlemek için kapsamlı bir ölçek geliştirmektedir. Bu hedefi gerçekleştirmek için nitel ve nicel yöntemlerin entegrasyonunu içeren bir karma çalışma stratejisi benimsenmiş, böylelikle güvenilir ve kapsamlı bulgular elde edilmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın ilk adımını, Türkiye ve Hindistan'dan deneyimli ve üst düzey 22 düğün profesyoneliyle derinlemesine görüşme yapmak oluşturmuştur. Bu uzmanlar, Hintli çiftlerin karar verme sürecini etkileyen çeşitli çekicilikler ve faktörler hakkında değerli bakış açıları sağlamaktadırlar. Bu görüşmelerden elde edilen veriler, dikkatlice incelenmek üzere betimleyici ve içerik analizi yöntemleriyle analiz edilmiştir. Çalışma, daha sonra anket aracının öğelerinin oluşturulmasında kullanılan önemli temaların ve unsurların tanımlanmasını kolaylaştırmaktadır.

Nitel bulgular temel alınarak 46 maddeden oluşan bir ön ölçek oluşturulmaktadır. Daha sonra niceliksel aşamaya veri toplamak amacıyla ölçek, 292 kişilik bir gruba gösterilmektedir. Ölçeğin altında yatan faktör yapısını belirlemek ve maddeleri geliştirmek için toplanan verilere AFA uygulanmaktadır. AFA'nın kullanılması, Hintli çiftlerin düğün destinasyonu olarak Türkiye'yi seçme kararını etkileyen faktörleri doğru bir şekilde temsil eden en dikkat çekici maddeleri belirleyerek ve koruyarak ölçeğin azaltılmasını kolaylaştırmaktadır. AFA'nın uygulanmasının ardından DFA yapmak amacıyla 268 anket daha toplandı. AFA sırasında belirlenen faktör yapısı daha da doğrulanmış ve ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliği DFA ile doğrulanmıştır. Bu titiz prosedür, ölçeğin hem hassas hem de güvenilir olmasını garantilemektedir. DFA, amaçlanan yapıları doğru bir şekilde ölçtüğü doğrulanan 34 maddelik bir ölçeğin geliştirilmesiyle sonuçlanmaktadır.

Çalışmanın sonuçlar ve tartışma bölümü, nitel görüşmelerin kapsamlı bir analizini sunarak, önemli temaları ve yönleri vurgulayarak başlamaktadır. Sonraki analiz, AFA ve DFA'dan elde edilen sayısal bulguları sunmaktadır ve bunları, çalışmanın orijinal katkılarını vurgulamak için mevcut araştırma yapısıyla yan yana getirmektedir. Bölüm, araştırmacılar ve uygulayıcılar için pratik tavsiyeler sunarak sona ermektedir. Bu öneriler arasında Hintli çiftleri düğün destinasyonu olarak Türkiye'yi seçmeye ikna etmenin yolları ve gelecekteki araştırmalar için potansiyel alanların belirlenmesi yer almaktadır.

Sonuç

Çalışma, iki ana bileşenden oluşmaktadır: nitel ve nicel araştırma. Nitel aşamada, Hint düğün profesyonelleriyle yapılan röportajlarla önemli konular belirlenmektedir. Görüşmeler, Hindistan'daki çiftlerin ve ailelerin Türkiye'yi düğün yerleri olarak seçme kararlarını etkileyen ana unsurları belirlemek amacıyla içerik analizine tabi tutulmaktadır. Nitel araştırma, keşfedilen çeşitli temaların önemli yönlerini ortaya çıkardı.

Nitel araştırma sürecinde belirlenen temalar arasında Türkiye'nin doğal güzellikleri, kültürel zenginliği ve misafirperverliği, Hintli çiftler için ülkeyi cazip kılan temel unsurlar arasında yer almaktadır. Türkiye, masmavi denizleri, tarihi dokusu ve etkileyici manzaraları ile büyüleyici bir ortam sunmaktadır. Aynı zamanda, misafirperver ve sıcakkanlı halkı, Hintli çiftlerin kendilerini evlerinde hissetmelerini sağlamaktadır. Bu unsurlar, Türkiye'yi yalnızca düğünler için değil, aynı zamanda kültürel ve doğal bir keşif için de çekici kılmaktadır. Hintli çiftler, Türkiye hakkında bilgi edinmek için çeşitli kaynaklara başvurmaktadır. Sosyal medya platformları, düğün planlamacıları, önceki misafirlerin tavsiyeleri ve seyahat acentaları, çiftlerin Türkiye hakkında detaylı ve güvenilir bilgiye ulaşmalarını sağlamaktadır. Bu kaynaklar, çiftlerin düğün planlama sürecinde ihtiyaç duydukları tüm bilgilere hızlı ve kolay bir şekilde erişmelerine olanak tanımaktadır. Türkiye, iklim ve mekân çeşitliliği ile her mevsimde düğünler için uygun bir ortam sunmaktadır. Ege ve Akdeniz kıyılarındaki sıcak yazlar, Karadeniz'in yeşil doğası, Kapadokya'nın büyüleyici kış manzaraları gibi farklı coğrafi özellikler, çiftlere dört mevsim boyunca çeşitli seçenekler sunmaktadır. Bu çeşitlilik, çiftlerin düğünlerini istedikleri mevsimde ve atmosferde gerçekleştirebilmelerine olanak tanımaktadır. Türkiye'nin iyi bağlantılı uluslararası uçuşları ve güçlü ulaşım altyapısı, düğün misafirlerinin kolayca ulaşım sağlamasına yardımcı olmaktadır. İstanbul, Ankara, Antalya gibi büyük şehirlerde bulunan uluslararası havaalanları, dünyanın her yerinden gelen misafirler için rahat bir ulaşım imkânı sunmaktadır. Ayrıca, şehir içi ve şehirler arası ulaşımında sunulan geniş seçenekler, misafirlerin konforlu bir şekilde seyahat etmelerini sağlamaktadır. Türkiye, diğer popüler düğün destinasyonlarına kıyasla daha uygun fiyatlı hizmetler sunmaktadır. Düğün mekânları, catering hizmetleri, dekorasyon ve diğer organizasyonel maliyetler açısından bütçe dostu seçenekler sunan Türkiye, çiftlere kaliteli hizmeti daha ekonomik koşullarda sunmaktadır. Bu maliyet avantajı, Türkiye'yi Hintli çiftler için cazip bir düğün destinasyonu haline getirmektedir.

Türkiye, lüks mekânlar ve profesyonel düğün planlama hizmetleri ile çiftlere modern ve gelişmiş düğün hizmetleri sunmaktadır. Beş yıldızlı otellerden tarihi mekânlara kadar geniş bir yelpazede sunulan mekân seçenekleri, çiftlerin hayal ettikleri düğünü gerçekleştirmelerine olanak tanımaktadır. Profesyonel düğün planlamacıları, çiftlere her detayını özenle planlayarak kusursuz bir düğün deneyimi yaşatmaktadır. Türkiye'deki düğün hizmetleri, çiftlerin kendi kültürel ritüellerine saygı duyarak özgün bir düğün deneyimi sunmaktadır. Hintli çiftlerin geleneklerine uygun olarak gerçekleştirilen düğün seremonileri, Türkiye'nin zengin kültürel mirası ile harmanlanarak eşsiz bir atmosfer yaratmaktadır. Bu kültürel uyum, çiftlerin ve misafirlerinin unutulmaz anılar biriktirmesini sağlamaktadır. Türkiye'nin sunduğu çeşitli yemek seçenekleri ve catering hizmetleri, Hintli çiftlerin beslenme tercihlerine ve mutfak geleneklerine uyum sağlamaktadır. Türk mutfağının zenginliği, Hint mutfağının lezzetleri ile birleşerek düğün yemeklerine benzersiz bir tat katmaktadır. Ayrıca, vejetaryen ve vegan seçenekler gibi özel diyet gereksinimlerine de kolayca uyum sağlanabilmektedir. Türkiye'nin sunduğu iç balayı paketleri ve düzenlemeler, çiftlere düğün ve balayı deneyimini bir arada sunma imkânı sağlamaktadır. Antalya'nın lüks tatil köylerinden, Kapadokya'nın büyüleyici mağara otellerine kadar geniş bir yelpazede sunulan balayı seçenekleri, çiftlere romantik ve unutulmaz bir balayı yaşatmaktadır. Bu seçenekler, düğünün hemen ardından çiftlere özel anlar yaşama fırsatı sunmaktadır. Türkiye'deki düğünler, misafirleri turlar ve aktivitelerle eğlendirme imkânı sunarak katılımcılar için keyifli bir deneyim sunmaktadır. Tarihi ve turistik geziler, kültürel etkinlikler ve doğa turları gibi çeşitli aktiviteler, misafirlerin düğün süresince dolu vakit geçirmelerini sağlamaktadır. Bu sayede, düğüne katılan herkes için unutulmaz ve eğlenceli bir deneyim yaratılmaktadır. Bu temalar, nitel araştırmanın önemli bulgularını ve Hintli çiftlerin Türkiye'yi düğün mekânı olarak tercih etme kararlarını etkileyen ana unsurları yansıtmaktadır. Nitel araştırma, çalışmanın nicel kısmı için anket aracını oluşturmak için kullanılan değerli bilgiler sağlamıştır.

Bu temalar, Türkiye'nin etkileyici doğal manzaralarının cazibesi ve kültürel zenginliği gibi hayati unsurları içermekte, bu da düğünler için görsel olarak çekici ve kültürel olarak etkileyici bir ortam yaratmaktadır. Bilgi kaynakları, ailelerin Türkiye'yi sosyal medya, düğün planlayıcıları ve referanslar aracılığıyla keşfetmelerini sağlamak için hayati bir rol oynamaktadır. Bu kaynaklar erken merak oluşturmak ve güven oluşturmak için hizmet vermektedir. Türkiye'nin yıl boyunca mevcut olması, her mevsim düğünlerin yapılmasına uygunluğunu sergileyerek çiftler için kolaylık garanti etmektedir. Bir diğer önemli yön, erişilebilirliktir, çünkü konuklar için iyi kurulmuş uçaklar ve ulaşım altyapısı aracılığıyla

seyahat kolaylığı, Türkiye'yi gerçekçi bir seçenek haline getirmektedir. Bütçelerini düşünen aileler için maliyet etkinliği önemlidir, çünkü uygun fiyatlı hizmetler sunarak üst düzey hizmet sağlamaktadır. Türkiye, Hindistan'a kıyasla sık sık daha üstün ve çağdaş hizmetler sunarak lüks bir deneyim sunmaktadır. Hint kültürel ve geleneksel hizmetlerini düzenleme imkânı sağlayarak, çiftler atalarına saygı gösterebilirler. Çeşitli yemek seçenekleri, Hintli konukların özel beslenme ihtiyaçlarını karşılamakta ve böylece genel müşteri memnuniyetini artırmaktadır. Türkiye'de sorunsuz balayı planları, bölgenin cazibesini artırarak kusursuz düğün ve balayı deneyimleri sunmaktadır. Konuklara çeşitli tur ve eğlence alternatifleri sunmak, tüm katılımcılar için harika bir etkinlik garanti etmektedir. Zengin kişilerin gösterişli destinasyon düğünlerine olan eğilimi, Türkiye'nin gösterişli kutlamalara uygunluğunu vurgulamaktadır. Türkiye, lojistik kısıtlamalar ve yüksek maliyetler de dâhil olmak üzere engellerle başa çıkma yeteneği göz önüne alındığında, Hindistan için uygun bir alternatif olarak ortaya çıkarmaktadır. Sonuç olarak, Türkiye'nin düğünler için bir mekân olarak çekiciliği, genç neslin eşsiz ve unutulmaz deneyimler istemesi nedeniyle artmaktadır. Bu konuların tümü, Türkiye'yi bir düğün mekânı olarak seçmenin genel çekiciliği, işlevselliği ve memnuniyeti üzerinde toplu olarak etkisi olduğu için dikkate alınması önemlidir.

Ölçek oluşturma sürecinin ikinci adımı olan niceliksel aşamada, AFA dört temel boyutu ortaya çıkardı: "Düğün Destinasyonunun Çekiciliği", "Uygun Maliyetli Düğün Hizmetleri", "Tercih Edilen Düğün Destinasyonu" ve "İdeal Düğün Müşterileri". Bu boyutlar, Hintli çiftlerin Türkiye'yi düğün destinasyonu olarak seçerken etkilendikleri birçok faktörü vurgulamaktadır. Bu boyutların güvenilirliği, ölçeğin güvenilir ve tutarlı olduğunu gösteren, kabul edilebilir eşikler içerisinde olduğu belirlenen Cronbach Alfa katsayıları kullanılarak doğrulanmıştır. Başlangıçta ölçek 44 maddeden oluşan ölçek, dikkatli bir incelemeden sonra 34 maddeye indirilmiş ve sonuçta daha doğru ve hedefe yönelik bir değerlendirme aracı ortaya çıkmıştır. Ölçeğin iç tutarlılığını ve güvenilirliğini daha da doğrulamak için DFA kullanılmıştır. Composite Reliability (CR) ve Average Variance Extracted (AVE) ölçümleri, önceden belirlenmiş eşikleri karşılamış olup, bu da ölçeğin güçlü ve güvenilir yapısını doğrulamaktadır.

Ayrıca, modelin uygunluğunu belirlemek için çeşitli uyum indeksleri değerlendirilmiştir. Chi-square, Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA), Comparative Fit Index (CFI), Tucker-Lewis Index (TLI), Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) ve Incremental Fit Index (IFI) değerlerinin tümü bu aralıkta yer almaktadır. Bunlar, model uyumunun kabul edilebilir ila iyi arasında olduğunu gösteren aralıklardır. Bu endeksler, düğün yeri olarak Türkiye'yi seçen Hintli çiftlerin karar verme sürecini temsil etmede modelin doğruluğunu

birlikte doğrulamaktadır. Özetle, niceliksel Araştırma ile ölçek geliştirilmiş, güvenilirliğini ve geçerliliğini sağlamıştır; bu da onu Hintli çiftler arasındaki destinasyon düğün seçimlerini etkileyen faktörleri anlamak için uygun bir araç haline getirmiştir.

Çalışmanın Sınırlılıkları

Bu çalışma, Hint çiftlerinin Türkiye'yi düğün mekanı olarak seçme kararlarını etkileyen faktörler konusunda değerli içgörüler sunmasına rağmen, bazı sınırlılıkları kabul etmek gereklidir. İlk olarak, Hint düğün profesyonelleriyle yapılan mülakatlardan elde edilen kalitatif veriler, çiftler ve misafirler gibi tüm ilgili paydaşların çeşitli bakış açılarını tam olarak yansıtmayabilir. İkinci olarak, kendi kendine bildirilen verilere dayanmak, katılımcıların sosyal olarak istenen yanıtları sunabileceği yanıt önyargılarına potansiyel olarak yol açabilir. Ayrıca, hem kalitatif hem de kantitatif aşamalar için örneklemin yeterli olmasına rağmen, bulguların genelleştirilebilirliğini kısıtlayabilir. Dahası, çalışma özellikle Türkiye'deki Hint düğünlerine odaklanmış olup, farklı kültürel veya coğrafi arka planlardan gelen düğünlerin dinamiklerini tam olarak yansıtmayabilir. Gelecek araştırmaların, daha geniş ve çeşitli bir örneklemin yanı sıra farklı kültürel bağlamlardan bakış açılarını içermesi ve karşılaştırmalı analizler için diğer popüler düğün mekanlarını incelemesi faydalı olacaktır. Ayrıca, uzunlamasına çalışmalar yapılması, düğünlerin gelişen eğilimleri ve uzun vadeli etkilerine dair daha derin anlayışlar sunabilir.

Önerileri

Düğün turizmi, dünya genelinde önemli etkiler yaratan hızla büyüyen bir endüstridir. Bu çalışma, Hint çiftlerinin Türkiye'yi düğünleri için tercih etmelerini etkileyen faktörlere odaklanarak, bu demografik grubu daha iyi çekmek ve hizmet etmek için paydaşlara pratik öneriler sunmaktadır. Düğün organizatörleri, otantik deneyimler sunabilmek için Hint düğün adetleri, gelenekleri ve ritüelleri konusunda derinlemesine bilgi sahibi olmalıdır. Düğün paketlerinin özelleştirilmesi, çiftlerin benzersiz kimliklerini ve tercihlerini yansıtabilmeleri açısından kritik öneme sahiptir. Hint tedarikçilerle güçlü iş ortaklıkları kurmak, otantik Hint mutfağı, kıyafetleri ve kültürel eğlence seçeneklerine erişimi sağlayarak genel düğün deneyimini iyileştirebilir. Turizm kuruluşları için önerilen, Türkiye'nin doğal güzelliklerini, kültürel zenginliğini ve misafirperverliğini vurgulayan özelleştirilmiş pazarlama kampanyalarıdır. Düğün planlama web siteleri ve sosyal medya platformlarında güçlü bir

çevrimiçi varlık sürdürmek, potansiyel müşterilerin ilgisini etkili bir şekilde çekebilir. Turizm kuruluşları, düğün organizatörleri, seyahat şirketleri ve havayolu şirketleri arasındaki işbirlikleri, mekân rezervasyonları, konaklama, ulaşım ve eğlenceyi içeren kapsamlı paketler sunarak düğün planlama sürecini optimize edebilir. Kültürel turlar, geleneksel performanslar ve gastronomi festivalleri gibi etkinliklerle Türkiye'nin kültürel mirasını sergilemek, düğün destinasyonu olarak cazibesini önemli ölçüde artırabilir. Pazarlamacılar, Hint etkileyici, blog yazarı ve ünlülerle işbirliği yaparak Türkiye'yi düğün için çekici bir yer olarak tanıtabilirler. Özel müşteri destek hizmetlerini geliştirmek, Hint çiftlerinin Türkiye'yi tercih etme konusundaki güvenini artırabilir.

Küresel düğün turizminin büyümesi ve etkisi göz önüne alındığında, gelecek araştırmaların Hint çiftlerinin Türkiye'yi düğün destinasyonu olarak seçme kararlarını etkileyen kültürel incelikleri derinlemesine anlamak, düğün paketlerindeki özelleştirme seçeneklerinin etkisini araştırmak, Hint çiftlere özel olarak uyarlanmış pazarlama stratejilerinin etkinliğini analiz etmek, paydaşlar arasındaki işbirliklerini keşfetmek ve Türkiye'nin düğün turizmi pazarındaki benzersiz güçlü yönlerini ve rekabet avantajlarını değerlendirmek amacıyla karşılaştırmalı çalışmalar yapılması gerekmektedir. Bu öneriler, etkili bir şekilde stratejileri geliştirmek için uygulanabilir içgörüler sunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Alakent, B. (2022). Türkiye is projected to generate \$500M from wedding tourism income. Daily Sabah.
- Aliaga, M. and Gunderson, B. (2002) Interactive Statistics, 2nd edn. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Aliyu, A. A., Bello, M. U., Kasim, R., & Martin, D. (2014). Positivist and non-positivist paradigm in social science research: Conflicting paradigms or perfect partners? Journal of Management and Sustainability, 4(3), 79-95. <https://doi.org/10.5539/jms.v4n3p79>
- Alshenqeeti, H. (2014). Interviewing as a data collection method: A critical review. English Linguistics Research, 3(1), 39. <https://doi.org/10.5430/elr.v3n1p39>
- Arora, V. (2024, April 10). Tying the knot abroad: Market sizing Indian wedding tourism - New Skift Research. Skift. <https://skift.com/2024/04/10/tying-the-knot-abroad-market-sizing-indian-wedding-tourism-new-skift-research/>
- Benner, P. (1985). Quality of life: A phenomenological perspective. Advances in Nursing Science, 8(1), 1-14.
- Bernard, H. R. (2002). Research methods in anthropology: Qualitative and quantitative approaches (3rd ed.). Walnut Creek, CA: Alta Mira Press.
- Boden, S. (2001, April 19). "Superbrides": Wedding consumer culture and the construction of bridal identity. Sociological Research Online. <http://www.socresonline.org.uk/6/1/boden.html>
- Bowdin, G. A. J., McDonnell, I., Allen, J., & O'Toole, W. (2006). Event management. London: Butterworth-Heinemann.

- Breg, J. (2013). Now and forever: Growth, impacts and future evolution of wedding tourism. <http://hdl.handle.net/10214/6270>
- Bayram, C. D. (2022). Analysis - Türkiye-India ties have a bright future ahead. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/en/analysis/analysis-turkiye-india-ties-have-a-bright-future-ahead/2690680>
- ClearIAS Team. (2023, March 23). India-Türkiye relations. ClearIAS. <https://www.clearias.com/india-turkiye-relations/>
- Cohen, L., & Manion, L. (1980). Research methods in education. London: Groom Helm Ltd.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2000). Research methods in education (5th ed.). London: Routledge Falmer.
- Cohen, M. (2009). For wealthy Indians, a trip down aisles often requires a passport. The Wall Street Journal. Retrieved September 24, 2014, from <http://online.wsj.com/news/articles/SB125369474362033503>
- Collaborators, Q. (2023, August 18). Content analysis: What is it in qualitative studies? QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/content-analysis/>
- Corbin, J., & Strauss, A. (1990). Grounded theory research: Procedure, canons and evaluative criteria. *Qualitative Sociology*, 13(1), 3-21.
- Creswell, J. W. (2005). Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research (2nd ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Creswell, J. W. (1994). Research design: Qualitative & quantitative approaches. London: SAGE Publications.
- Daniels, M. J., Lee, S., & Cohen, T. (2012). The attributes influencing wedding reception venue selection. *Event Management*, 16(3), 245–258

- De Witt, L. (2006). Key success factors for managing special events: The case of wedding tourism. North-West University Doctoral Dissertation.
- Del Chiappa, G., & Fortezza, F. (2013). Wedding-based tourism development: An exploratory analysis in the context of Italy. 5th Advances in Tourism Marketing Conference, Algarve.
- Dhamija, S. (2023, April 14). Destination weddings: India, Tuscany, Thailand, Dubai. The Hindu. <https://www.thehindu.com/life-and-style/travel/a-look-at-why-an-increasing-number-of-indians-are-taking-their-weddings-overseas/article66566482.ece>
- Dimitrov, D. M. (2012). Statistical methods for validation of assessment scale data in counseling and related fields. Alexandria, VA: American Counseling Association.
- Dutta, P. (2024, January 24). *Trends Defining Indian Weddings In 2024*. Everything Experiential. <https://everythingexperiential.com/article/trends-defining-indian-weddings-in-2024-507416#:~:text=According%20to%20an%20annual%20survey>
- ETTravelWorld. (2024, January 19). Wedding tourism to soar by 21% in 2024; Rishikesh to take the top spot: WedMeGood Report. ETTravelWorld. <https://travel.economictimes.indiatimes.com/news/research-and-statistics/wedding-tourism-to-soar-by-21-in-2024-rishikesh-to-take-the-top-spot-wedmegood-report/106991536>
- Financial Express Travel. (2022). Indians flocking to Türkiye for destination weddings. Financial Express. <https://www.financialexpress.com/life/travel-tourism-indians-flocking-to-turkiye-for-destination-weddings-country-expected-to-have-most-destination-weddings-in-2022-2705920/>
- Fetters, M. D., Curry, L. A., & Creswell, J. W. (2013). Achieving integration in mixed methods designs: Principles and practices. *Health Services Research*, 48(6pt2), 2134-2156. <https://doi.org/10.1111/1475-6773.12117>

- Field, P. A., & Morse, J. M. (1985). *Nursing research: The application of qualitative approaches*. Beckenham, Kent: Croom Helm.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428.
- Gilgun, J. F. (1992). Definitions, methodologies, and methods in qualitative family research. In *Qualitative methods in family research* (pp. 22-39). Sage Publications.
- Gill, P., Stewart, K., Treasure, E., & Chadwick, B. (2008). Methods of data collection in qualitative research: Interviews and focus groups. *British Dental Journal*, 204(6), 291-295. <https://doi.org/10.1038/bdj.2008.192>
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Chicago: Aldine Publishing Co.
- Greene, J. C., Caracelli, V. J., & Graham, W. F. (1989). Toward a conceptual framework for mixed-method evaluation designs. *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 11(3), 255-274.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24.
- Helms, J. E., Henze, K. T., Sass, T. L., & Mifsud, V. A. (2006). Treating Cronbach's alpha reliability coefficients as data in counseling research. *The Counseling Psychologist*, 34(5), 630-660. <https://doi.org/10.1177/0011000006288308>
- Indian weddings: A billion-dollar opportunity? (2022, December 13). 5paisa. <https://www.5paisa.com/blog/indian-weddings-a-billion-dollar-opportunity>

- Jamieson, S. (2004). Likert scales: How to (ab)use them. *Medical Education*, 38(12), 1217-1218.
- Jang, H., Lee, S., Lee, S., & Hong, S. (2007) Expanding the individual choice-sets model to couples honeymoon destination selection process. *Tourism Management*, 28(5), 1299–1314.
- Blanchard, J. L. (2009, December 8). What to expect at an Indian wedding. *The Knot*.
<https://www.theknot.com/content/hindu-wedding-guest-qa>
- Kashyap, M. (2014, September 28). *The allure of the lavish wedding*. Retrieved from Buiness today: <http://www.businesstoday.in/magazine/cover-story/indian-weddingmarketmysore-karnataka-jasleen-kochhar/story/210074.html>
- Kaul, R. (2023, October 6). Big Indian destination wedding bells toll strongly. *TTG Asia*.
<https://www.ttgasia.com/2023/10/06/big-indian-destination-wedding-bells-toll-strongly/>
- Kirk, J., & Miller, M. (1986). *Reliability, validity, and qualitative research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Kim, S., & Agrusa, J. (2005). The positioning of overseas honeymoon destinations. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 887–904.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage.
- Kuzel, A. J., & Like, R. C. (1991). Standards of trustworthiness for qualitative studies in primary care. In P. Norton, M. Stewart, F. Duder, M. Bass & E Dunn (Eds.), *Primary care research: Traditional and innovative approaches* (pp. 138-158). Newbury Park, CA: Sage.

- Lather, P. (1986). Issues of validity in openly ideological research: Between a rock and a soft place. *Interchange*, 17, 63-84.
- Lau, C. K. H., & Hui, S. H. (2010). Selection attributes of wedding banquet venues: An exploratory study of Hong Kong prospective wedding couples. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 268–276.
- Le Comple, M. D., & Goetz, J. P. (1982). Problems of reliability and validity in ethnographic research. *Review of Educational Research*, 52(1), 31-60.
- Leininger, M. (1991). *Culture care, diversity, and universality: A theory of nursing*. New York: National League for Nursing.
- Lincoln, Y., & Guba, E. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills: Sage.
- Maguire, K. (2019). Examining the power role of Local Authorities in planning for socioeconomic event impacts. *Local Economy*, 34(7), 657-679. <https://doi.org/10.1177/0269094219889603>
- Major, B., McLeay, F., & Waine, D. (2010). Perfect weddings abroad. *Journal of Vacation Marketing*, 16(3), 249–262. <https://doi.org/10.1177/1356766710372242>
- Marie. (2022, February 26). The truth about Indian wedding. Indie Corner. <https://indiecorner.eu/blog/the-truth-about-indian-wedding>
- Mathur, A. (2023, May 31). How wedding tourism is set to raise the bar in the tourism and hospitality industry. *The Times of India*. <https://timesofindia.indiatimes.com/blogs/voices/how-wedding-tourism-is-set-to-raise-the-bar-in-the-tourism-and-hospitality-industry/>
- Maurer, T. J., & Pierce, H. R. (1998). A comparison of Likert scale and traditional measures of self-efficacy. *Journal of Applied Psychology*, 83(2), 324-329.

- Merriam-Webster Dictionary. (2021). Survey. Retrieved from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/survey#learn-more>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1984). *Qualitative data analysis: A sourcebook of new methods*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications, Inc.
- Morse, J. M. (1991). *Qualitative nursing research: A contemporary dialogue*. Rockville, MD: Aspen.
- Napompech, K. (2014). Factors affecting wedding banquet venue selection of Thai wedding couples. *Journal of Applied Sciences*, 14(19), 2258–2266.
- Olson, E. (2010). For Millennials, it's more about personal style than luxury. *The New York Times*. Retrieved from http://www.nytimes.com/2010/11/03/business/media/03adco.html?_r=0
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* 3rd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Rahn, M. (2018, January 5). Factor analysis: A short introduction, part 1. *The Analysis Factor*. <https://www.theanalysisfactor.com/factor-analysis-1-introduction/>
- Raniwala, P. (2023, May 13). Lavish Indian weddings are back and bigger than ever. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2023/05/13/fashion/weddings/indian-weddings.html>
- Research and Markets. (2018, November). *Wedding tourism insights: Key market trends and analysis of wedding tourism*. Retrieved from <https://www.researchandmarkets.com/reports/4699841/wedding-tourism-insights-key-market-trends-and>

- S. Hohnholz, L. (2021, November 18). Türkiye's new tourism focus on weddings. ETurboNews. <https://eturbonews.com/Türkiyes-new-tourism-focus-on-weddings/>
- Sandelowski, M. (1986). The problem of rigor in qualitative research. *Advances in Nursing Science*, 8(3), 27-37.
- Schumann, F. R., & Amado, C. (2010). Japanese overseas weddings in Guam: A case study of Guam's first hotel wedding chapel. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 3(1), 173–181.
- Seltiz, C., Wrightsman, L. C., & Cook, W. S. (1976). *Research methods in social relations* (3rd ed.). New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Stuckey, H. L. (2013). Three types of interviews: Qualitative research methods in social health. *Journal of Social Health and Diabetes*, 1(2), 56-59. <https://doi.org/10.4103/2321-0656.115294>
- Symonds, P. M. (1924). On the loss of reliability in ratings due to coarseness of the scale. *Journal of Experimental Psychology*, 7, 456-461.
- Szczepanik, U., & Wiesner, W. (2018). Destination wedding - popularity among young students. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 43, 41–50. <https://doi.org/10.18276/ept.2018.3.43-04>
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53.
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1984). *Introduction to qualitative research methods*. New York: Wiley.
- Times of India. (2019). Guest count at Indian weddings. Retrieved from Times of India.
- Travel Daily UK. (2013). Travel Daily Media. Retrieved from <http://www.traveldailymedia.com/>

- Travel Trends Today. (2014). ABTA Travel Trends Report. Retrieved from <https://www.abta.com/travel-trends>
- Trochim, W. M. (2006). The research methods knowledge base (2nd ed.). Retrieved from <http://www.socialresearchmethods.net/kb>
- UNWTO. (2015). Understanding tourism: Basic glossary. Retrieved from <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>
- Walker, J. R. (2016). Exploring the hospitality industry: Special event (3rd ed.). Harlow, UK: Pearson.
- Wall, G., & Mathieson, A. (2006). Tourism: Change, Impacts, and Opportunities. Pearson Prentice Hall.
- White, M. D., & Marsh, E. E. (2006). Content analysis: A flexible methodology. *Library trends*, 55(1), 22-45.
- Witt, L. D. (2006). Key success factors for managing special events: The case of wedding tourism. North-West University Doctoral Dissertation.
- Yojana, S. (2016, May 24). Indian weddings: Another Brexit red herring? In Facts. Retrieved from <https://infacts.org/indian-weddings-another-brexit-red-herring/>

EKLER (Appendix)

Ek 1. Inwedd-TR ölçeğinin Orijinal (İngilizce) versiyonu.

“Wedding Tourism Trends: The reasons for Indians' preferences for Türkiye in weddings”

Dear participants,

I'm conducting a survey to determine why Indian couples "prefer or would prefer" Türkiye as a wedding destination. Your responses will be used solely for academic purposes and will remain confidential.

Your participation is greatly appreciated.

1. Gender

(a) Male

(b) Female

2. Age

(a) 20-26

(b) 27-33

(c) 34-40

(d) 41-47

(e) 48 and above

3. Level of education

(a) Primary education degree

(b) Secondary education

(c) Bachelor's degree

(d) Master's

(e) Doctorate or higher

Please rate the following statements on a scale of 1 to 7, where 1 is 'Strongly Disagree' and 7 is 'Strongly Agree'.

	Description	☹						☺
1	Türkiye's natural landscapes enhance the wedding experience.	1	2	3	4	5	6	7
2	Türkiye's history enriches the wedding experience.	1	2	3	4	5	6	7
3	Türkiye's culture enhances the wedding experience.	1	2	3	4	5	6	7
4	Türkiye's geography makes it an attractive wedding destination.	1	2	3	4	5	6	7
5	Türkiye's climate is favourable for hosting a wedding.	1	2	3	4	5	6	7
6	The beautiful beaches in Türkiye are a major attraction for a wedding.	1	2	3	4	5	6	7
7	Türkiye's large hotels appeal for hosting big Indian weddings.	1	2	3	4	5	6	7
8	Türkiye offers luxurious venues for various budgets.	1	2	3	4	5	6	7
9	Türkiye offers exclusive venues for hosting and ceremonies.	1	2	3	4	5	6	7
10	Türkiye's service quality meets or exceeds wedding expectations.	1	2	3	4	5	6	7
11	Hosting an Indian wedding in Türkiye is cost-effective.	1	2	3	4	5	6	7

12	Türkiye is convenient for wedding guests with easy travel.	1	2	3	4	5	6	7
13	Türkiye has excellent international cuisine options.	1	2	3	4	5	6	7
14	Türkiye offers excellent Indian food management at weddings.	1	2	3	4	5	6	7
15	Türkiye's F&B services are cost-effective.	1	2	3	4	5	6	7
16	Clients prefer Indian chef teams for catering in Türkiye.	1	2	3	4	5	6	7
17	Türkiye is a prestigious wedding destination for Indians.	1	2	3	4	5	6	7
18	Hosting a wedding in Türkiye adds foreign destination excitement.	1	2	3	4	5	6	7
19	Türkiye offers a lavish wedding experience.	1	2	3	4	5	6	7
20	Türkiye offers affordable guest accommodations.	1	2	3	4	5	6	7
21	Türkiye provides comfortable guest accommodations.	1	2	3	4	5	6	7
22	Türkiye offers convenient transportation for wedding events.	1	2	3	4	5	6	7
23	Türkiye offers attractive decoration options for wedding ceremonies.	1	2	3	4	5	6	7
24	Couples find Türkiye as a wedding destination through social media.	1	2	3	4	5	6	7
25	Couples learn about Türkiye through word of mouth.	1	2	3	4	5	6	7
26	Wedding planners recommend Türkiye for weddings.	1	2	3	4	5	6	7
27	Positive experiences from past hosts influence the decision.	1	2	3	4	5	6	7
28	Couples learn about Türkiye from wedding expos and fairs.	1	2	3	4	5	6	7
29	Türkiye's venues are suitable for year-round weddings.	1	2	3	4	5	6	7
30	Couples prefer Türkiye for Fall and Spring weddings.	1	2	3	4	5	6	7
31	Türkiye offers flexible venues for preferred wedding dates.	1	2	3	4	5	6	7
32	Türkiye offers personalized wedding packages to meet preferences.	1	2	3	4	5	6	7
33	Türkiye's flight connectivity from India make attending weddings easy.	1	2	3	4	5	6	7
34	Türkiye is easily accessible from different countries for hosting a wedding.	1	2	3	4	5	6	7
35	Wedding companies provide efficient transfers for international guests.	1	2	3	4	5	6	7
36	Wedding companies in Türkiye offer language help for guests.	1	2	3	4	5	6	7
37	Wedding companies in Türkiye provide sightseeing assistance for guests.	1	2	3	4	5	6	7
38	Prices in Türkiye offer bargaining opportunities.	1	2	3	4	5	6	7
39	Türkiye's wedding companies arrange for cultural Indian ceremonies.	1	2	3	4	5	6	7
40	Turkish wedding planners arrange materials for Indian wedding rituals.	1	2	3	4	5	6	7
41	Türkiye offers tailored honeymoon packages.	1	2	3	4	5	6	7

42	Politicians prefer Türkiye for weddings.	1	2	3	4	5	6	7
43	Celebrities prefer Türkiye for weddings.	1	2	3	4	5	6	7
44	Businessmen choose Türkiye for weddings.	1	2	3	4	5	6	7
45	Wealthy families choose Türkiye for weddings.	1	2	3	4	5	6	7
46	High-net-worth individuals choose Türkiye for weddings.	1	2	3	4	5	6	7



ÖZGEÇMİŞ

Sana Parveen Ansari

Turizm İşletmeciliği
Yüksek Lisans

Eğitim

Lisans

2012-2015 Turizm Lisansı
Indira Gandhi National Open University

Yüksekokul

2010 Hope Hall Foundation School

Kişisel Bilgi

Doğum yılı ve yeri:

Cinsiyet: Kadın

Yabancı diller: Hintçe, İngilizce, Türkçe