

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
PAZARLAMA BİLİM DALI

DOKTORA TEZİ

SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA
KAPSAMINDA SAKİN EĞİLİMLİ TURİSTLERİN
SAKİN DESTİNASYONU YENİDEN ZİYARET
NİYETLERİNİN PLANLI DAVRANIŞ TEORİSİ
ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ

FAKHRI BAGHIROV

2502150518

TEZ DANIŞMANI
DOÇ.DR. ZEHRA BOZBAY

İSTANBUL 2020

ÖZ

SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA KAPSAMINDA SAKİN EĞİLİMLİ TURİSTLERİN SAKİN DESTİNASYONU YENİDEN ZİYARET NİYETLERİNİN PLANLI DAVRANIŞ TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ

FAKHRI BAGHIROV

Bu çalışmada sakın eğilimli turistlerin sakın destinasyon seçim davranışlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada davranışları belirlemede en sık kullanılan teorilerden biri olan Planlı Davranış Teorisi ana teori olarak benimsenmiştir. Sakin turistlerin davranışlarını etkileyebilecek ilgilenim, çevresel kaygı, kültürel duyarlılık ve seyahat yaşam tarzı değişkenleri teoriye eklenerek genişletilmiş planlı davranış model önerisi geliştirmek amaçlanmıştır. Veriler Türkiye'nin en sık ziyaret edilen üç sakın şehri olan Seferihisar, Gökçeada ve Akyaka'dan yüz yüze anket tekniği kullanılarak 600 yerli ve yabancı sakın eğilimli turistlerden kota örnekleme kullanılarak toplanmıştır. Verilerin analizinde SPSS 24 ve SmartPLS yazılımları kullanılmış ve yapısal model testi yapılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre Yeniden ziyaret niyeti üzerinde ilgilenim, memnuniyet, çevre memnuniyeti, tutum ve subjektif norm pozitif etkilere, kültürel duyarlılık ve algılanan davranış kontrolü ise negatif etkilere sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Pazarlama, Sakin Turizm, Planlı Davranış Teorisi, Yapısal Eşitlik Modellemesi

ABSTRACT

INVESTIGATION OF THE SLOW TENDED TOURISTS` REVISIT INTENTION TO SLOW TOURISM DESTINATION BASED ON THEORY OF PLANNED BEHAVIOR WITHIN THE SCOPE OF SUSTAINABLE MARKETING

FAKHRI BAGHIROV

This study aims to investigate slow tended tourists` slow tourism destination selection behaviors. One of the most frequently used theories in determining behaviors, Theory of Planned Behavior was used as the main theory. It is aimed to propose an extended TPB model by adding variables such as involvement, environmental concern, cultural sensitivity and travel lifestyle variables that may affect the behavior of slow tended tourists. Data is collected in first three most visited slow travel destinations in Turkey namely, Seferihisar, Akyaka and Gökçeada from 600 local and foreign slow tended tourists between July and August 2019. Control questions were used to distinguish slow tended tourists and mass tended tourists were eliminated. Quota sampling method was used to determine sample. Findings of this study showed that involvement, environmental concern, satisfaction, environmental satisfaction and attitude have positive effect on repeat visit intention, while cultural interest and perceived behavioral control effects repeat visit intention negatively.

Keywords: Sustainability, Sustainable Marketing, Slow Tourism, Theory of Planned Behavior, Structural Equational Modelling

ÖNSÖZ

Artan tüketim ve talep sürdürülebilir düşünce ve davranışları, özellikle de sürdürülebilir pazarlamayı etkili bir şekilde teşvik etmiştir. Sürdürülebilirliğin önem kazandığı bir dönemde yapılan bu çalışma sakin eğilimli turistlerin davranışlarını açıklamayı hedeflemiştir. İlgilenim, seyahat yaşam tarzı, kültürel duyarlılık, çevre bilinci gibi faktörlerin yeniden ziyaret niyeti üzerindeki rolünü açıklamak ve genişletilmiş bir davranış modeli geliştirmek amaçlanmıştır. Bu tezin hazırlanması sırasında bir çok zorluklar yaşanmıştır ve bu zorlukların aşılmasında değerli insanların emeği geçmiştir.

Zorlu doktora tez çalışma süresi boyunca her zaman yanımda olan, destekleyen, motive eden tez danışmanım Sayın Doç.Dr. Zehra Bozbay'a yürekten teşekkür ederim. Ayrıca, doktora tezimin şekillenmesinde ve gelişmesinde çok önemli role sahip tez izleme komite üyeleri Sayın Prof. Dr. Ahmet Şeker kaya'ya ve Sayın Prof. Dr. Ulun Akturan'a en içten sükranlarımı sunuyorum. Ek olarak, tezin metodoloji kısmında verdiği destek ve katkılardan dolayı Sayın Öğretim Üyesi Dr. Erdem Özkan'a teşekkür ederim.

Doktora süresince bana hem maddi hemde manevi destek olan Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları Başkanlığına ve tüm Türkiye Bursları ekibine teşekkür ederim. Türkiye ve Azerbaycan arasındaki dostluk ve kardeşlik köprüsüne bir ayağında ben olacağıma söz veriyorum.

Doktora eğitimimi hep destekleyen, ve zaman ayırmamı sağlayan 2017 senesinden şuanı kadar çalıştığım TAYS Yapı A.Ş sahipleri Sayın Eyüp Özyılmaz'a ve Sayın Hüseyin İnce'ye, İnsan Kaynakları Müdürü Sayın Hacer Çalık'a ve tüm TAYS ailemize teşekkürü borç bilirim.

Eğitim hayatı, lisans, yüksek lisans ve doktora, boyunca her zaman yanımda olan, motivasyonumun azaldığında hep motive eden, yeri geldiğinde doktoranı vaktinde bitirmem için baskı yapan eşim Zhang Ye'ye teşekkür ederim. Son olarak beni yalnız başına büyüten, ilk eğitimi veren kahraman Anneme ve tüm diğer aile üyelerine teşekkür ederim.

İSTANBUL 2020

FAKHRI BAGHIROV

İÇİNDEKİLER

ÖZ	II
ÖNSÖZ	IV
TABLolar LİSTESİ	VIII
ŞEKİLLER LİSTESİ	XI
KISALTMALAR LİSTESİ	XII
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	3
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	3
1.1 Sürdürülebilirlik	3
1.2 Sürdürülebilir Kalkınmanın Boyutları	5
1.2.1 Çevre Boyutu	6
1.2.2 Ekonomik Boyut	7
1.2.3 Sosyal Boyut	8
1.3 Sürdürülebilir Kalkınmanın Amaçları	8
1.4 Sürdürülebilir Turizm	10
1.4.1 Sürdürülebilir Turizm Kriterleri	14
1.4.2 Sürdürülebilir Turizm ile İlgili Araştırmalar	16
1.4.3 Turizm ve Ekonomik Sürdürülebilirlik	18
1.4.4 Turizm ve Sosyal Sürdürülebilirlik	21
1.4.5 Turizm ve Çevresel Sürdürülebilirlik	23
İKİNCİ BÖLÜM	26
ÇALIŞMANIN TEORİK ALTYAPISI	26
2.1 Sakin Hareketi	26
2.2 Sakin Yemek	28
2.3 Sakin Turizm	30
2.3.1 Sakin Turist	32
2.3.2 Sakin Şehir (Cittaslow)	33
2.3.3 Sakin Şehir Üyelik ve Kriterler	35
2.3.4 Türkiye’de Sakin Turizm	39
2.3.5 Türkiye’de Sakin Turizm İle İlgili Yapılan Araştırmalar	40
2.4 Planlı Davranış Teorisi	43
2.5 Araştırma Alanı	50
2.5.1 Seferihisar	50
2.5.2 Akyaka	52
2.5.3 Gökçeada	53

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	56
SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA KAPSAMINDA SAKİN	
EĞİLİMLİ TURİSTLERİN SAKİN DESTİNASYONU YENİDEN ZİYARET	
NİYETLERİNİN PLANLI DAVRANIŞ TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE	
İNCELENMESİ	56
3.1 Araştırma Konusu	56
3.2 Araştırmanın Önemi	59
3.3 Araştırmanın Problemi	61
3.4 Araştırmanın Amaçları.....	63
3.5 Araştırmanın Modeli ve Değişkenleri	64
3.5.1 İlgilenim	64
3.5.2 Çevre Bilinci	69
3.5.3 Kültür	73
3.5.4 Yaşam Tarzı	77
3.5.5 Araştırmanın Modeli.....	83
3.6 Araştırmanın Hipotezleri.....	85
3.7 Örneklem Yöntemi	87
3.8 Veri Toplama Yöntemi.....	88
3.9 Verilerin Analizi	88
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	90
ARAŞTIRMANIN SONUÇLARI	90
4.1 Araştırmaya Katılanların Sosyo-Demografik Özellikleri	90
4.2 Araştırmada Ölçülen Değişkenlerin Dağılımları	92
4.2.1 Çevre Kaygısı Ölçeği	93
4.2.2 İlgilenim Ölçeği	94
4.2.3 Seyahat Yaşam Tarzı Ölçeği	95
4.2.4 Kültürel Duyarlılık Ölçeği	96
4.2.5 Tutum Ölçeği.....	97
4.2.6 Subjektif Norm Ölçeği	98
4.2.7 Algılanan Davranış Kontrolü	99
4.2.8 Memnuniyet	100
4.2.9 Yeniden Ziyaret Niyeti.....	101
4.3 Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları	101
4.3.1 Çevre Kaygısı Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları.....	102
4.3.2 İlgilenim Düzeyine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları	103
4.3.3 Seyahat Yaşam Tarzı Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları	103
4.3.4 Kültürel Duyarlılık Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları.....	105
4.3.5 Sakin Turizme Karşı Tutum Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları	106
4.3.6 Subjektif Norm Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları.....	107
4.3.7 Algılanan Davranış Kontrolü Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları	108
4.3.8 Memnuniyet Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları	109
4.3.9 Yeniden Ziyaret Niyetine Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları	110
4.4 Güvenirlilik Analizi Sonuçları	110
4.4.1 Çevre Kaygısına Yönelik Ölçeğin Güvenirlilik Anal	111

4.4.2 İlgilenime Yönelik Ölçeğin Güvenilirlik Analizi.....	113
4.4.4 Kültürel Duyarlılığa Yönelik Ölçeğin Güvenilirlik Analizi.....	114
4.4.5 Sakin Turizme Karşı Tutuma Yönelik Ölçeğin Güvenilirlik Analizi	115
4.4.6 Subjektif Norma Yönelik Ölçeğin Güvenilirlik Analizi	116
4.4.7 Algılanan Davranış Kontrolüne Yönelik Ölçeğin Güvenilirlik Analizi	117
4.4.8 Memnuniyete Yönelik Ölçeğin Güvenilirlik Analizi	118
4.4.9 Yeniden Ziyaret Niyetine Yönelik Ölçeğin Güvenilirlik Analizi	119
4.5 Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Önerilen Modelin Testi İçin Yapılan	
Yapısal Eşitlik Modeli Sonuçları.....	119
4.5.1 Kovaryans YEM ve Varyans YEM.....	121
4.5.2 Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Önerilen Modelin Testi İçin Ölçüm Modeli	
.....	123
4.4.3 Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Önerilen Modelin Testi İçin Yapısal Model	
.....	130
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	137
5.1 Araştırmanın Katkıları	140
5.2 Araştırmanın Kısıtları ve Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler.....	144
KAYNAKÇA.....	146
EK: ANKET FORMU.....	163
ÖZGEÇMİŞ	166

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1.1: Kitle ve Alternatif (Sakin) Turizmin Özellikleri	25
Tablo 2.1: Sakin Şehir Üyesi Şehirleri	47
Tablo 2.2: Sakin Şehir Kriterleri	50
Tablo 2.3 Seferihisar Tarihi Zenginlikleri	65
Tablo 3.1: En Fazla Turistin Ziyaret Ettiği ve En Fazla Turizm Geliri Olan Ülkelerin Listesi	75
Tablo 4.1: Araştırmaya Katılanların Sosyo Demografik Özellikleri	104
Tablo 4.2: Çevre Kaygısına İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalaması ve Standart Sapma Değeri	106
Tablo 4.3: İlgilenim Düzeyine İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalaması ve Standart Sapma Değeri	107
Tablo 4.4: Seyahat Yaşam Tarzı Ölçeğine İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalaması ve Standart Sapma Değeri	108
Tablo 4.5: Kültürel Duyarlılık Ölçeğine İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalaması ve Standart Sapma Değeri	109
Tablo 4.6: Tutum Ölçeğine İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalaması ve Standart Sapma Değeri	110
Tablo 4.7: Sübjektif Norm Ölçeğine İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalaması ve Standart Sapma Değeri	111
Tablo 4.8: Algılanan Davranış Kontrolü Ölçeğine İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalaması ve Standart Sapma Değeri	112
Tablo 4.9: Memnuniyet Ölçeğine İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalaması ve Standart Sapma Değeri	113
Tablo 4.10: Yeniden Ziyaret Niyeti Ölçeğine İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalaması ve Standart Sapma Değeri	114
Tablo 4.11: Çevre Kaygısı Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları	115

Tablo 4.12: İlgilenim Düzeyine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları	116
Tablo 4.13: Seyahat Yaşam Tarzı Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları	117
Tablo 4.14: Kültürel Duyarlılık Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları	118
Tablo 4.15: Sakin Turizme Karşı Tutum Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları	119
Table 4.16: Subjektif Norm Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları	120
Tablo 4.17: Algılanan Davranış Kontrolü Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları	121
Tablo 4.18: Memnuniyet Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları	122
Tablo 4.19: Yeniden Ziyaret Niyetine Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları	123
Tablo 4.20: Chronbach Alfa Katsayısı Değer Aralıkları	124
Tablo 4.21: Çevre Kaygısı Ölçeğinin Güvenilirlik Analizine İlişkin İstatistiki Değerleri	125
Tablo 4.22: İlgilenim Ölçeğinin Güvenilirlik Analizine İlişkin İstatistiki Değerleri	126
Tablo 4.23: Seyahat Yaşam Tarzı Ölçeğinin Güvenilirlik Analizine İlişkin İstatistiki Değerleri	127
Tablo 4.24: Kültürel Duyarlılık Ölçeğinin Güvenilirlik Analizine İlişkin İstatistiki Değerleri	127
Tablo 4.25: Tutum Ölçeğinin Güvenilirlik Analizine İlişkin İstatistiki Değerleri	128
Tablo 4.26: Subjektif Norm Ölçeğinin Güvenilirlik Analizine İlişkin İstatistiki Değerleri	129
Tablo 4.27: Algılanan Davranış Kontrolü Ölçeğinin Güvenilirlik Analizine İlişkin İstatistiki Değerleri	130
Tablo 4.28: Memnuniyet Ölçeğinin Güvenilirlik Analizine İlişkin İstatistiki Değerleri	131

Tablo 4.29 : Yeniden Ziyaret Niyeti Ölçeğinin Güvenilirlik Analizine İlişkin İstatistiki Değerleri	132
Tablo 4.30 : Gizil Değişkenlere İlişkin Yapı Güvenilirliği ve Ortalama Açıklanan Varyans Oranları	140
Table 4.31 : Yapılar arasındaki Korelasyon (Fornell-Larcker Criterion)	142
Tablo 4.32 : Gizil değişkenlerin R kare değerleri	144
Tablo 4.33 : Gizil değişkenlerin Q kare değerleri	145
Tablo 4.34 : Modelin Yol Katsayıları ve Anlamlılık (T) Değerleri	146



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1: Üç Daire Modeli.	18
Şekil 2.2: Planlı Davranış Teorisi.	56
Şekil 3.1: Araştırma Modeli.	97
Şekil 4.1: Ölçüm Modeli (Yeni ölçüm modeli eklenecek bu yapısal model).	139
Şekil 4.2: Yapısal Model.	148

KISALTMALAR LİSTESİ

AVE: Ortalama Açıklanan Varyans

CR: Yapı Güvenilirliği

LOV: Değerler Listesi

MDG: Bin Yıllık Kalkınma Amaçları

Sd: Serbestlik Derecesi

SDG: Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları

TPB: Planlı Davranış Teorisi (Theory of Planned Behavior)

TRA: Gerekçeli Eylem Teorisi (Theory of Reasoned Behavior)

VALS: Değerler ve Yaşam Biçimleri

YEM: Yapısal Eşitlik Modellemesi

GİRİŞ

Sürdürülebilirlik konsepti başlangıçta Roma İmparatorluğu'nda gelecekteki genişlemeyi gerçekleştirmek için şehirlerin geliştirilmesi ve yerleşimi ile tarım arazilerinin organizasyonu üzerine uygulanmıştır. Sürdürülebilirlik kavramları, Sanayi Devriminin daha büyük arazilerin kentleşmesine ve doğal çevre üzerindeki etkisinin artışına neden olması ile birlikte gelişmiştir (Phillis ve Andriantiatsaholainaina, 2001).

Sürdürülebilir turizm, akademik literatürde sıkça yer almıştır (Hashemi ve Gaffary, 2017; Siew vd., 2017; Hongsong vd., 2017). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 2018) turizm açısından bakıldığında sürdürülebilir kalkınmanın "mevcut turistlerin ve ev sahibi bölgelerin gereksinimlerini karşılayan ve gelecekteki refah için fırsatları koruyan ve artıran" bir turizm süreci olarak tanımlamıştır.

Turizm sektörünün ekonominin büyümesine katkısı bilinmektedir (Shareef vd., 2008). Bu bağlamda hükümetler tarafından ekonomik büyüme ve çeşitlendirme elde etmeleri için popüler bir yöntem olarak kullanılmaktadır (Sharpley, 2002). Telfer ve Sharpley'e (2008) göre, kitle turizminin olumsuz etkileri nedeniyle, 1980'lerde sürdürülebilir turizm gelişimi kavramı önem kazanmıştır. Turizm sektöründe artan kitle tüketimi dikkate alınarak sürdürülebilirlik turizm sektörüne uygulanmıştır (Mowforth ve Munt, 2009).

Sorumlu turizm, yeşil turizm, eko-turizm, kontrollü turizm ve küçük ölçekli turizm (Newsome vd., 2002) kitle turizminin gelişimine tam anlamıyla bir alternatif oluşturmaktadır. Alternatif turizm, yerel sakinlere, yerel işletmelere uzun vadeli ilgiyi dikkate alarak kitle turizminden daha iyi sonuçlar ve turist davranışları oluşturmaktadır. Alternatif turizm, olumlu ekonomik etkileri zayıflatmaksızın doğal çevre ve sakinler üzerinde daha olumlu etki yaratmaktadır çevresel ve kişisel çıkarlardan da ortaya çıkan yeni turizm türü, sakin turizmdir. Günümüzde seyahat

acenteleri, milli parklar organizatörleri veya yerel turizm geliştirme departmanları da sakin turistleri çekmek için sakin turizm aktivitelerini uygulamak için çalışmaktadır.

Çalışmamızda, sakin turistlerin davranış niyetleri üzerinde çevre bilinci, ilgilenim, seyahat yaşam tarzı, kültürel duyarlılık, tutum, subjektif norm, algılanan davranış kontrolü ve memnuniyet değişkenlerinin etkilerinin açıklanması ve modele eklenen değişkenlerle Planlı Davranış Teorisinin modelinin genişletilmesi hedeflenmiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde sürdürülebilirlik kavramı detaylı şekilde ele alınmıştır. Ek olarak, sürdürülebilirliğin boyutları, tarihçesi, turizm ve sürdürülebilirlik detaylı ele alınmıştır.

Çalışmanın teorik altyapısı ikinci bölümde ele alınmıştır. Detaylı olarak, ikinci bölümde sakin hareketi, sakin yemek, sakin turizm ve sakin turizm kriterleri, planlı davranış teorisi ve araştırma alanına yer verilmiştir. Bu bölümde ayrıca sakin turizm ve planlı davranış teorisi ile ilgili geçmiş çalışmalara yer verilmiştir.

Araştırmanın konusu, önemi, problemi ve amacına üçüncü bölümde yer verilmiştir. Ayrıca araştırmanın modelinde sakin turistlerin yeniden ziyaret niyetini etkilediği düşünülen çevre bilinci, ilgilenim, kültürel duyarlılık ve seyahat yaşam tarzı değişkenleri ayrılıkta bu bölümde yer almaktadır. Son olarak araştırmanın metodolojisi, araştırmanın hipotezleri, veri toplama yöntemi, örnekleme yöntemi ve verilerin analizi kısmında bu bölümde yer almaktadır. Araştırmanın bulguları dördüncü bölümde, sonuç ve öneriler ise beşinci bölümde yer almaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

1.1 Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik konsepti başlangıçta Roma İmparatorluğu'nda gelecekteki genişlemeyi gerçekleştirmek için şehirlerin geliştirilmesi ve yerleşimi ile tarım arazilerinin organizasyonu üzerine uygulanmıştır. Sürdürülebilirlik kavramları, Sanayi Devriminin daha büyük arazilerin kentleşmesine ve doğal çevre üzerindeki etkisinin artışına neden olması ile birlikte gelişmiştir (Phillis ve Andriantiatsaholainaina, 2001). 1972 senesinde İsveç'in başkenti Stockholm'da gerçekleşen Birleşmiş Milletler Çevre Kongresi'nde başlıca çevre kirliliği sorunları, nedenleri ve çözümü ile ilgili konular tartışılmıştır. Bu kongrenin takiben, sürdürülebilirlik kavramı daha fazla benimsenmiş ve 1984 yılında Tokyo'da düzenlenen kongrede yayınlanan metinde “gelişme kavramının yeniden gözden geçirilmesi, her ülkenin ekonomik gelişmesi sağlanırken aynı zamanda kaynaklarının korunması ve artırılması vurgulanmıştır”.

Sürdürülebilirlik 1987'de Brundtland Raporu olarak da bilinen Ortak Geleceğimizin duyurusu ile resmileştirilmiştir. Brundtland Raporu, sürdürülebilirliği, mevcut neslin ihtiyaçlarını tatmin ederken, gelecek kuşaklara kendi ihtiyaçlarını tatmin etme imkânı vermek olarak nitelendirmiştir. Brundtland raporu birçok ulusal ve uluslararası kongre ve forumlara ilham kaynağı olmuştur (Rio de Janeiro, 1992), Avrupa Birliği 5. Çevre Eylem Programı (1995), Birleşmiş Milletler İnsan Habitatı Konferansı (İstanbul, 1996), Rio+5 Forumu (Rio de Janeiro, 2002) ve Dünya Sürdürülebilir Gelişme Konferansı (Johannesburg, 2002).

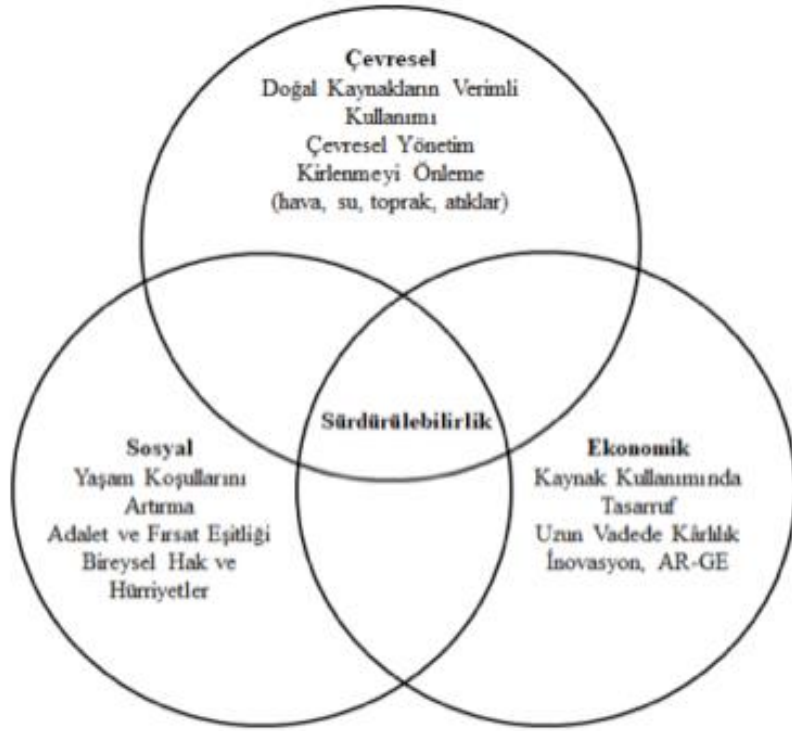
Kalkınma, yalnızca ekonomik bir olgu değil, aynı zamanda sosyal sistemin yeniden düzenlenmesi ve yeniden yönlendirilmesini içeren çok boyutlu bir süreçtir. Kalkınma, insanların yaşamlarının kalitesini iyileştirme sürecidir. Bir başka deyişle, kalkınma bir taraftan üretimin ve gelirlerin artırılması, diğer taraftan sosyo ve kültürel yapının iyileştirilmesi sürecidir. Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (WCED, 1987), kalkınmayı gelecek nesillerin ihtiyaçlarını tatmin etme kabiliyetinden ödün vermeden mevcut ihtiyaçlarının tatmin edilmesi olarak tanımlamıştır. Sürdürülebilir kalkınma ise gelecekteki ve şimdiki ihtiyaçları göz önünde bulundurarak, kaynakların kullanımında, yatırım kararlarının alınmasında, teknolojik gelişmelerde, etkili bir değişim süreci olarak tanımlanmıştır (Dünya Turizm Örgütü, 2013, 2017).

Jafari (2000) sürdürülebilir kalkınmanın çevre kavramı bilincini arttırdığını vurgulamıştır. Benzer şekilde, Hardy ve diğerleri (2002) sürdürülebilir kalkınma kavramını ekonomik kalkınma ve çevrecilik ile ilişkilendirmiştir. Her ne kadar ekonomik kalkınma doğaya zarar verse bile, gelir seviyesi aşağı olan toplumlarda çevrenin ve ekolojinin korunması zorlanacaktır.

Sürdürülebilir kalkınmayı başarabilmek için Üçlü Bilanço teorisinde de belirtildiği üzere, hem ekonomik, hem sosyal hem de çevresel kalkınmanın aynı zamanda gerçekleşmesi lazımdır. Aksi halde tam sürdürülebilir kalkınma başarılamaz. Robson ve Robson (1996)'e göre gerçek sürdürülebilirliğin elde edilmesinin zor olduğunu çünkü çevredeki ya da toplumdaki herhangi bir değişikliğin gelecek nesillerin kaynak kullanımını etkileyeceğini öne sürmüşlerdir. Telfer ve Sharpley (2008) de Robson ve Robson(1996)' ın söylediklerini desteklererek, “sürdürülebilirlik” ve “kalkınma” nın aynı anda başarılmasının zor olduğunu belirtmişlerdir.

1.2 Sürdürülebilir Kalkınmanın Boyutları

Swarbrooke (2002), sürdürülebilir kalkınmanın çevresel boyut, ekonomik boyut ve sosyal boyut olarak üç boyuta bölünebileceğini belirtmiştir. Çevresel boyut doğal çevreyi, çiftlik ortamını, yapılı çevreyi, doğal kaynakları ve vahşi yaşamı kapsamaktadır. Ekonomik boyut hem ekonomik fayda hem de maliyetlere neden olmaktadır. Swarbrooke (2002) ekonomik fayda olarak, artan iş ve iş fırsatlarına, ayrıca endüstriyel yatırımları teşvikleri örnek olarak göstermektedir. Bununla birlikte, akıntı gibi olumsuz ekonomik etkilere de neden olabilir. Akıntı, yabancı otel sahiplerinin ve diğer hizmetlerin kazandırdıkları gelir dengesini kötüleştirmek; emek sömürüsü; yeterli yerel istihdam sağlamamaktadır (Mowforth ve Munt, 2009).



Şekil 1.1: Üç Daire Modeli

Swarbrooke'e (2002) göre, sürdürülebilir turizm araştırmalarında sosyal boyuta daha az önem verildiğini belirtmiştir. Çünkü turizmin sosyal etkilerinin genellikle yavaşça ortaya çıktığını ve görünmez ve algılanamaz olduğunu iddia etmiştir. Çoğu araştırmacı sürdürülebilir turizmin çevresel ve ekonomik kısımlarına odaklanmıştır (Markwick, 2000; Scheyvens, 1999). Scheyvens (1999), sürdürülebilir turizmin sosyal yönlerinin gözden kaçırıldığını, eko-turizm gibi turizm geliştirme biçimlerinin yerel toplulukların ihtiyaçlarının tatmin edilmesinin gerektiğini savunmuştur. Sosyal ve kültürel unsurlar ve ilgili konular genellikle sürdürülebilirlikten yoksundur (Jackson ve Morpeth 2000; Swarbrooke, 2002). Son zamanlarda, turizmin planlanmasında toplum, kültür ve sosyal sürdürülebilirliğin dahil edilmesinin önemi kabul edilmiştir. Bir toplum sürdürülebilir turizmi desteklemeden önce, neleri desteklemeleri gerektiğini bilmek zorundadır. Bu nedenle, öncelikle bir toplumun sürdürülebilir turizmin ilkeleri hakkındaki bilgisini değerlendirmek önemlidir.

1.2.1 Çevre Boyutu

Dünyadaki kaynakların sonsuz olduğu algısına kapılan insanlar ekonomik devrimin ilk yıllarından günümüze kadar plan yapmadan veya plana uymadan kaynakların kullanılması çevreni tahrip etmiştir. Earth Overshoot Day' e göre, ülkeler ve bireyler olarak, gezegenin yenilenebileceğinden daha fazla kaynak kullanmaktadırlar. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri ve Kanada 2019 senesi için tüm kaynakları Mart ayında bitirmiştir (Earth Overshoot Day, 2019).

Çevresel sürdürülebilirlik, sermayeyi, hem ekonomik girdilerin sağlayıcısı hem de ekonomik çıktıların emicisi olarak korumayı gerektirir. Çevresel sürdürülebilirliğe ulaşabilmek için, ekonomik hasat oranları, rejenerasyon oranları ile ölçülü şekilde gerçekleştirilmelidir. Ek olarak, endüstriyel üretimden kaynaklanan atık emisyonları, çevreye zarar vermeden bunları asimile edecek kapasiteyi aşmayacak şekilde kontrol

edilmelidir.

Genel olarak sürdürülebilirlik terimi çevresel sürdürülebilirlik ile eş anlamlı kullanılıyor. Bu görüş son derece yüzeyseldir ve çevresel bozulmaya yol açan ekonomik gelişmeleri ve toplumsal eşitsizlikleri göz ardı etmektedir. Gerçek anlamda sürdürülebilirliğe ulaşmak için, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik en az çevresel sürdürülebilirlik kadar önem ifade etmektedir.

1.2.2 Ekonomik Boyut

Ekonomik sürdürülebilirlik gelecekteki ihtiyaçlardan ödün vermeden mevcut tüketim seviyelerini karşılayan bir üretim sistemi olarak tanımlanabilir. Ekonomik sürdürülebilirlik kavramı ilk olarak ünlü ekonomist Hicks tarafından gündeme getirilmiştir. Geleneksel ekonomistler, doğal kaynakların sınırsız olduğunu varsayıyorlardı ve pazarın büyümesi için aşırı derecede kaynak kullanımı gerçekleştiriyorlardı. Ayrıca, ekonomik büyümenin, üretim sürecinde tahrip edilen doğal kaynakların yenilenmesi için teknolojik kapasiteyi getireceğini düşünüyorlardı.

Ancak son zamanlarda, doğal kaynakların sonsuz olmadığı bir gerçek olarak ortaya çıkmış ve plansız, sürdürülebilir olmayan ekonomik sistemin büyümesi, doğal kaynak rezervlerini zorlaştırmıştır. Nash (2009)'a göre, sürdürülebilir üretim politikaları maliyet tasarrufunun sağlanması, efektif kaynak ve atık kullanımı gibi birçok ekonomik kazanımlar ile sonuçlanmaktadır.

1.2.3 Sosyal Boyut

Sosyal sürdürülebilirlik, yoksulluğu azaltan bir sosyal örgütlenme sistemi anlamına gelir. Sosyal sürdürülebilirlik, yoksulluk ve çevresel sorunlar gibi sosyal durumlar arasında bağları kurar. Sosyal Organizasyon teorisine göre sürekli kolonileşme, sürekli yoksulluk düzeyleri ve sürdürülebilir doğal kaynak sömürsü arasında negatif bir bağlantı olduğunu ortaya koymaktadır. Çevresel sürdürülebilirliğin ekonomik büyümenin ve yoksulluğun azaltılmasının bir ön şartı mı olduğu yoksa ekonomik büyümenin ve yoksulluğun azaltılmasının çevresel sürdürülebilirlikten daha mı önemli olduğu hakkında fikir ayrılığı vardır.

1. 3 Sürdürülebilir Kalkınmanın Amaçları

Sürdürülebilir kalkınma Amaçları (SDGs) 2015 yılında sona eren bin yıllık kalkınma amaçlarının (MDGs) yerine geçen daha kapsamlı amaçlardır. Böyleki, bin yıllık kalkınma amaçları sürdürülebilir kalkınmanın sadece sosyal boyutunu ele alırken, sürdürülebilir kalkınma amaçları her üç boyutunu yani sosyal, ekonomik ve çevresel boyutları ele almaktadır. Ek olarak, bin yıllık kalkınma amaçları sadece gelişmekte ve en az gelişmiş ülkelerin yoksulluk düzeyini aşağı indirmeyi amaçlamaktadır, ancak sürdürülebilir kalkınma amaçları gelişmesinden asılı olmayarak tüm dünya ülkelerini kapsamaktadır (UN, 2012).

Bin yıllık Kalkınma Amaçlarının en önemli kazanımları aşağıda belirtilmiştir:

- 1990'dan bu yana aşırı yoksulluktan 1 milyardan fazla insan alınmıştır.
- 1990 dan bu yana çocuk ölümleri yarıdan fazla azalmıştır.
- 1990'dan bu yana okul dışı çocuk sayısı yarıdan fazla düşmüştür.
- 2000 den bu yana HIV / AIDS enfeksiyonları neredeyse yüzde 40 azalmıştır.

Bu kazanımlara bakmayarak yukarıda belirtilen nedenlerden dolayı, tüm dünya ülkeleri tarafından ulaşılmaya çalışılan yeni küresel hedeflere ihtiyaç duyulmaktadır. Küresel hedefler olarak da bilinen Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SDG'ler), 2015 yılında tüm Birleşmiş Milletler'e Üye Devletler tarafından yoksulluğa son vermek, gezegeni korumak ve 2030 yılına kadar tüm insanların barış ve refahtan zevk almasını sağlamak için evrensel bir çağrı olarak kabul edilmiştir (UNDP, 2019). Toplam 17 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi konulmuştur. Bunlar, yoksulluğa son; açlığa son; sağlıklı ve kaliteli yaşam; nitelikli eğitim; toplumsal cinsiyet eşitliği; temiz su ve arındırma; erişilebilir ve temiz enerji; insana yakışır iş ve ekonomik büyüme; sanayi ve yenilikçi altyapı; eşitsizliklerin azaltılması; sürdürülebilir şehirler ve topluluklar; sorumlu üretim ve tüketim; iklim eylemi; sudaki yaşam; karasal yaşam, barış, adalet ve güçlü kurumlar; ve amaçlar için ortaklıklardır. Aşağıdaki paragraflarda bazı amaçlar ile ilgili kısa bilgiler mevcuttur.

Yoksulluğa son: dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 10 u, yani 736 milyon kişi yoksullukla mücadele ediyor, Güney Asya ve Sub Afrikadaki insanların çoğusu 1,9 USD ile yaşam mücadelesi veriyor.

Açlığa Son: Son yirmi yılda yetersiz beslenen insanların sayısı, hızlı ekonomik büyüme ve artan tarımsal üretkenlik nedeniyle neredeyse yarı yarıya azalmıştır. Ne yazık ki, halen aşırı açlık ve yetersiz beslenme birçok ülkede kalkınmanın önündeki büyük engel olmaya devam etmektedir. Çevresel bozulma, kuraklık ve biyolojik çeşitlilik kaybının doğrudan bir sonucu olarak, 2017 itibariyle kronik olarak yetersiz beslendiği tahmin edilen 821 milyon insan vardır bunlardan 90 milyonu 5 yaş ve altındaki çocuklardır. SKH'ler, 2030 yılına kadar tüm açlık ve yetersiz beslenmeyi sona erdirmeyi amaçlamaktadır. Bu sürdürülebilir tarımın teşvik edilmesini, küçük ölçekli çiftçilerin desteklenmesini, arazi, teknoloji ve pazarlara eşit erişimin sağlanmasını içermektedir. Ayrıca, tarımsal üretkenliği artırmak için altyapıya ve teknolojiye yatırım sağlamak için uluslararası işbirliğini gerektirmektedir.

Sağlıklı ve Kaliteli Yaşam: Binyıllık kalkınma hedefleri sonucunda çeşitli ölüm ve hastalık nedenlerine karşı büyük ilerleme kaydedilmiştir. Yaşam beklentisi önemli ölçüde artmış; bebek ve anne ölüm oranları düşmüş, HIV ve sıtma ölümlerinin yarıya düşmesine ulaşılmıştır. Ancak halen dünyada 400 milyon kişinin temel sağlık ihtiyaçları karşılanamamaktadır.

Nitelikli Eğitim: 265 milyondan fazla çocuk şu anda okula gidememektedir. Bunların % 22'si ilkokul çağındadır. Ek olarak, okula devam eden çocuklar okuma, yazma ve matematikte temel becerilerden yoksun oldukları gözlemlenmiştir. Öğretmen eksikliği, okulların kötü koşulları ve kırsal bölgelerde yaşayan çocuklara sağlanan fırsatlarla ilgili eşitlik sorunları kaliteli eğitimin eksikliğinin ana nedenlerindendir. 2030 senesine kadar tüm çocukların bedava nitelikli eğitime ulaşması hedeflenmiştir.

1.4 Sürdürülebilir Turizm

Sürdürülebilir turizm, akademik literatürde sıkça yer almıştır (Hashemi ve Gaffary, 2017; Siew vd., 2017; Hongsong vd., 2017). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 2018) turizm açısından bakıldığında sürdürülebilir kalkınmanın "mevcut turistlerin ve ev sahibi bölgelerin gereksinimlerini karşılayan ve gelecekteki refah için fırsatları koruyan ve artıran" bir turizm süreci olarak tanımlamıştır. Middleton ve Hawkins'e (1998) göre, sürdürülebilir turizm, turistler, işletmeler, doğal çevre ve doğal kaynaklar arasında belirli bir kombinasyon veya denge elde etmeyi ifade etmektedir. Sürdürülebilir turizm, tüm faaliyetlerin belirli bir turizm destinasyonunda biriken etkilerine odaklanır. Bu nedenle, farklı turizm işletmeleri, herhangi bir faaliyet yürütürken, eylemlerinin yerel çevre üzerindeki zararlarını ve etkilerini göz önünde tutmalıdırlar. Inskeep (1991), sürdürülebilir turizmin gelecekteki turizm fırsatlarını korurken mevcut turizmin gelişiminin ihtiyaçlarını tatmin ettiğini ileri sürmektedir.

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) (2017), sürdürülebilir turizmi, geleceğin fırsatlarını korurken ve geliştirirken, mevcut turistlerin ve ev sahibi bölgelerin ihtiyaçlarını karşıladığını belirtmiştir ve bu tanım sürdürülebilir turizmin en kabul gören tanımını oluşturmuştur.

Sürdürülebilir turizm, kültürel bütünlüğü, temel ekolojik süreçleri, biyolojik çeşitliliği ve yaşam teşviklerini korurken, ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçların karşılanabileceği şekilde kaynakları yöneterek resmedilmiştir (Bramwell, 2004).

Dünya Turizm Örgütü, sürdürülebilir turizmin amaçlarının çevreyi, doğal kaynakları, yerel kültürü korumak olduğunu ve buna karşılık turistler, yerel sakinler, turizm işletmeleri gibi turizm paydaşlarının ekonomik durumunu olumlu etkileyeceğini belirtmiştir (UN, 2017;UNWTO, 2017). Inskeep (1991), sürdürülebilir turizmin amaçlarının turizmin çevreye, bireylere ve ekonomiye yapabileceği etkiler için farkındalık yaratmak; yerel toplumun yaşam kalitesini iyileştirmek; turistler için daha iyi bir deneyim sunmak; ve çevreyi korumak olarak sıralamıştır. Hall ve Lew. (1998), önceden belirlenmiş çevresel, ekonomik ve sosyal hedeflere ulaşıldığında, sürdürülebilir turizme ulaşıldığını belirtmiştir. Weaver (2012), sürdürülebilir turizmin amacını sosyal hedeflere (ör. Eğitim düzeyi ve sağlık kaynaklarının iyileştirilmesi, yerel toplumun katılımını teşvik etme, istihdamı artırma), ekonomik hedeflere (örn. gelir) ve çevre ve kaynak hedeflerine (örneğin, kaynakların değerini ve yerel kaynakların maksimum kullanımını sağlamak; yerel çevreyi korumak) ayırmışlardır.

Turizm sektörünün ekonominin büyümesine katkısı bilinmektedir (Shareef vd., 2008). Bu bağlamda hükümetler tarafından ekonomik büyüme ve çeşitlendirme elde etmeleri için popüler bir yöntem olarak kullanılmaktadır (Sharpley, 2002). Telfer ve Sharpley'e (2008) göre, kitle turizminin olumsuz etkileri nedeniyle, 1980'lerde sürdürülebilir turizm gelişimi kavramı önem kazanmıştır. Turizm sektöründe artan kitle tüketimi dikkate alınarak sürdürülebilirlik turizm sektörüne uygulanmıştır (Mowforth ve Munt, 2009).

Tablo 1.1 Kitle ve Alternatif (Sakin) Turizmin Özellikleri

Kitle Turizmi	Alternatif Turizm
<i>Genel Özellikler</i>	<i>Genel Özellikler</i>
Hızlı gelişim Sosyal / çevresel olarak düşüncesiz KontROLSÜZ gelişim Kısa dönem Nicellik Sektörel	Yavaş Gelişim Sosyal/çevresel olarak düşünceli Kontrollü gelişim Uzun dönem Holistik Yerel kontrol
<i>Gelişme stratejileri</i>	<i>Gelişme stratejileri</i>
Plansız gelişim Her yerde turizm gelişimi Yeni bina inşaatları Yabancılar tarafından geliştirme yabancı çalışanlar/istihdam Kentsel mimari	Planlı gelişim Uygun yerlerde gelişme Mevcut binanın yeniden kullanımı Yerel geliştiriciler ve yerel istihdam Yöresel mimari
<i>Turist Davranışları</i>	<i>Turist Davranışları</i>
Büyük gruplar Sabit program Az zaman Görülecek yerler' Yerel yaşam tarzına uygunlaşmama Rahat / pasif Gürültülü Alışveriş yapmak	Küçük gruplar Anlık Karar Çok Zaman 'Deneyimler' Yerel yaşam tarzına uygunlaşma Zorlu/aktif Sakin/gürültüsüz

(Telafer ve Sharpley, 2008)

Sorumlu turizm, yeşil turizm, eko-turizm, kontrollü turizm ve küçük ölçekli turizm (Newsome vd., 2002) kitle turizminin gelişimine tam anlamıyla bir alternatif oluşturmaktadır. Alternatif turizm, yerel sakinlere, yerel işletmelere uzun vadeli ilgiyi dikkate alarak kitle turizminden daha iyi sonuçlar ve turist davranışları oluşturmaktadır. Alternatif turizm, olumlu ekonomik etkileri zayıflatmaksızın doğal çevre ve sakinler üzerinde daha olumlu etki yaratmaktadır (Telfer ve Sharpley, 2008). Lane (2009) sürdürülebilir turizm ile alternatif turizmin benzerliklerine dikkat çekiyor, ve her iki turizm tipinin küçük ölçekli ve yerel alana uygun olma eğiliminde olduklarını belirtmektedir.

Toplum katılımı ilkesi, sürdürülebilir kalkınma paradigmasının kritik unsurları olan özgüven ve içsel gelişimin özel gerekliliklerini yerine getirmektedir (Telfer ve

Sharpley, 2008). Sürdürülebilir turizm, toplum katılımı fikrine destek verir ve sürdürülebilir turizmin gelişiminin tartışılmasında paydaş katılımı daha önemli hale gelir (Sharpley, 2014). Telfer ve Sharpley (2008) sürdürülebilir turizmin gelişiminin ilkelerini özetlemiştir. Yerel topluluklar, hükümetin ve sanayinin desteğiyle turizmin planlanması, geliştirilmesi ve kontrolüne katılmaları için teşvik edilmeli ve katılması beklenmektedir.

Turizmin faydalarının eşit dağılımını sağlamak için yerli halkın, kadınların ve azınlık gruplarının katılımına özellikle dikkat edilmelidir. Tüm organizasyonlar ve bireyler, destinasyondaki kültüre, ekonomiye, yaşam tarzına, çevreye ve politik yapılara saygı göstermelidir. Turizmin içindeki tüm paydaşlar, daha sürdürülebilir turizm biçimlerinin geliştirilmesi ihtiyacından haberdar edilmelidir. Buna, eğitim ve pazarlama turizmi aracılığıyla, ev sahibi topluluklar ve turistlerin kendileri arasındaki sürdürülebilirlik konularının farkındalığı, personel eğitimi ve farkındalık yaratma dahildir.

Dünya Turizm Örgütü (2004), sürdürülebilir turizm geliştirme prensiplerinin ve yönetim uygulamalarının, kitle turizmi ve çeşitli niş turizm türleri dahil olmak üzere her türlü turizm destinasyonunda, tüm turizm türlerine uygulanabileceğini belirtmiştir. Sürdürülebilirlik ilkeleri, turizmin gelişiminin çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel yönlerine atıfta bulunur ve uzun vadeli sürdürülebilirliğini garanti altına almak için bu üç boyut arasında uygun bir denge kurulmasının önemine dikkat çekmektedir. Bu nedenle, sürdürülebilir turizmin gelişiminin, turizm yoluyla sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasının bir aracı olarak görüldüğü görülmektedir.

1.4.1 Sürdürülebilir Turizm Kriterleri

Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi (GSTC), dünyadaki turizm endüstrisi içinde sürdürülebilirlik konularının ve uygulamalarının teşvik edilmesine yönelik küresel bir oluşumdur. GSTC, Doğu Asyadan Avrupaya, Amerikadan Orta Doğuya Pasifikten Afrikaya olmak üzere son zamanlarda tüm turizm bölgelerinde gelişmektedir. Sürdürülebilir turizm bilgi ve anlayışını ilerletmek için uluslararası bir yapı olarak hizmet veren GSTC, çeşitli evrensel sürdürülebilir turizm ilkelerini benimsemekle birlikte, birçok turizm sürdürülebilirlik uygulamasında uygulamak için küresel araçlar ve eğitimler oluşturmaktadır. Ek olarak, sürdürülebilir turizm ürün ve hizmetlerine olan talepleri artırmak için sürekli çaba harcamaktadır (GSTC, 2019).

Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyinin temel çalışma prensipleri Küresel Sürdürülebilir Turizm Kriterlerinin geliştirilmesidir. Bu kriterler dünyadaki tüm turizm işletmelerinin uygulaması gereken, sınırlı doğal ve kültürel kaynakların, çevrenin korunmasına ve yoksulluğun azaltılmasına yönelik güvence sağlamaktır.

2007 senesinde kurulan Küresel Sürdürülebilir Turizm Kriterleri Konseyi, kriterleri oluşturmak ve iyileştirmek için toplanan 27 kuruluşu kapsamaktadır. O zamandan bu yana, konsey, yaklaşık 100.000 turizm paydaşıyla iletişime geçmiş ve 4.500 farklı kriter test ve analiz edilmiştir. Ek olarak, 1.500'den fazla kişiden geri bildirim ve incelemeler alınmıştır (GSTC, 2019).

Küresel sürdürülebilir turizm kriterleri dört ana başlık altında toplanmış alt kriterlerden oluşmaktadır. Dört ana kriter, etkili sürdürülebilir yönetim göstermek, yerel sakinlere karşı sosyal ve ekonomik faydaları maksimize etmek ve olumsuzlukları azaltmak, kültürel mirasa karşı faydaları maksimize etmek ve olumsuz etkileri azaltmak, Doğal çevreye karşı faydaları maksimize etmek ve olumsuz etkileri azaltmaktır. Aşağıda her ana kriterin alt kriterleri kısaca belirtilmiştir.

Etkili sürdürülebilir yönetim kriterinin alt kriterleri;

- Çevre, sosyal-kültürel, kalite, sağlık ve güvenlik ile ilgili gerçeklerin dikkate alınmasının yanı sıra sürdürülebilir bir yönetim sisteminin uzun vadeli olarak uygulanması;
- Küresel veya yerel mevzuata ve düzenlemelere uygun olmalıdır. Tüm personel, bu yönetim modelindeki rollerini ve görevlerini anlamak için çevre ve sosyal-kültürel konularla ilgili eğitim ve öğretim uygulamalarında aktif olmalıdır
- Turistlerin memnuniyetini düzenli olarak değerlendirmek ve sürekli kendini geliştirmek
- Promosyon için materyaller (broşürler) ve yaklaşım dürüst bilgiler içermelidir.
- Ziyaretçiler için konuyla ilgili bilgi ve açıklama sağlamalı ve onların kurallara uymasını sağlamalıdır (GSTC, 2019).

Yerel sakinler ile ilgili alt kriterler,

- Eğitim, halk sağlığı sorunları vb. gelişmeleri aktif olarak destekleyerek yerel sakinleri istihdam eder ve ilgili konuda eğitim olanakları sunmalıdır.
- Turizmin ekonomiye katkısı devamlı ölçülmeli ve raporlarla halka bildirilmelidir
- Turizm işletmeleri yerel ve adil ticaret ürünleri ve hizmetlerini desteklemeli ve, yerel üretilen ürünlerin geliştirilmesi için çaba harcamalıdır
- Yerel sakinlerle ilgili tüm düzenlemeler yerel toplulukla yapılan anlaşmaya dayanmalıdır;
- İstihdam eşitliği, yasallaştırma ve meşruiyet sağlıklı bir ortamda gerçekleştirilmelidir;
- Şirketin faaliyetleri, yerel halkın su, enerji veya halk sağlığı gibi temel ihtiyaçlarını tehlikeye atamaz; (GSTC, 2019).

Kültürel miras ile ilgili alt kriterler:

- Eski kültürel yapıları korumak için turistlere bilgilendirme kılavuzu verilmelidir
- Yerel tarihi ve kültürel varlıkların korunmasını teşvik etmeli, yerel halkın haklarına saygı göstermeli ve yasadışı satış ve iş yapılmasını yasaklamalıdır.

Doğal çevre ile ilgili alt kriterler:

- Kaynak tasarrufu açısından, turizm işletmeleri daima satın alma ve tüketim için çevre dostu ürünleri tercih etmeli, tek kullanımlık malzemelerin satın alımını azaltmaya çalışmalıdır; yenilenebilir enerjinin kullanımını teşvik etmek ve tüm enerji tüketimini etkin bir şekilde kontrol etmeli ve tasarruf sağlamalıdır; su tüketimine de dikkat etmelidir.
- Sera gazı emisyonlarının azaltılmalı, atık su ve katı atık yönetimi uygulanmalıdır
- Biyoçeşitlilik, ekosistem ve çevre koruma açısından, vahşi yaşam florası ve faunası sürdürülebilir kullanım ve ilgili düzenlemelerin ötesinde hasat edilemez veya satılamaz;
- Biyolojik çeşitliliğin ve peyzajın korunmasına yönelik programları ve faaliyetlerini aktif olarak desteklemeli, mümkün olduğunda doğal koruma alanının inşasına sponsor olmalı;
- Yaban hayatı ve ekosisteme müdahale, en aza indirilmeli ve mümkün olduğunca rehabilite edilmelidir (GSTC, 2019).

1.4.2 Sürdürülebilir Turizm ile İlgili Araştırmalar

Kentsel bağlamda sürdürülebilir turizm uygulaması sık sık incelenmiştir (Dodds ve Butler, 2010; Farsari vd., 2011; Liburd ve Edwards, 2010; Maxim, 2015). Connell, ve diğ. (2009) Yeni Zelanda da yaptıkları araştırmanın sonuçlarına göre planlanan sürdürülebilir strateji ile uygulama arasında büyük eksiklikler vardır. Simpson (2001) tarafından tasarlanan bir değerlendirme nitel modeli, Queensland, Avustralya'daki

yerel yönetim tarafından oluşturulan turizm yönetiminde sürdürülebilir kalkınma felsefelerinin ne ölçüde ele alındığını araştırmaktadır. Araştırmanın sonucu Connell ve diğ. (2009) sonuçları ile örtüşmektedir. Araştırmanın sonuçlarına göre planların sürdürülebilirliğin amaçlarını içermesine rağmen, yapılan uygulamalar bu algıyı etkin bir şekilde benimsenmediğini belirtmiştir. Bu sonuçlar uzmanların sürdürülebilirlik konusundaki bilgi ve uygulamaların eksikliğini göstermektedir (Ruhanen, 2008).

Asmelash ve Kumar (2019) sürdürülebilir turizm gelişimine yönelik ilerlemenin anlamlı bir değerlendirmesini gerçekleştirmeye yardımcı olacak kapsamlı göstergeler seti geliştirmeyi ve test etmeyi amaçlamaktadır. Üç aşamalı Delphi Metodu kullanarak, katılımcılardan uluslararası kabul görmüş 6 gösterge seçim kriterini temel alarak ilk göstergeler listesini değerlendirmeleri istenmiştir. 158 aday göstergeden sadece 53'ü uygun görülmüştür. Bu çalışmanın sonuçlarına göre, turizm endüstrisi hakkında bilinçli karar verilmesine yardımcı olacak iyi göstergeler geliştirmek için kilit paydaşların geniş tabanlı katılımı çok önemlidir.

Pulido-Fernández ve diğ. (2015), sürdürülebilir turizmdeki ilerlemenin, kısa vadede turizmin temel ekonomik seviyelerini etkilemediğini göstermiştir. Bu araştırmacılar, 2008 ve 2011 yılları arasında 128 ülkede turistik düzeylerin gelişimini analiz etmiş ve bu ülkelerin bazılarının sürdürülebilir turizmi iyileştirme çabalarının ekonomik performanslarını olumsuz yönde etkilemediği sonucuna varmıştır.

Helmy (2004) Mısır'da yapmış olduğu araştırmanın sonucuna göre, sürdürülebilir turizm kalkınmasının uygulanmasını geliştirmekte olan ülkeler de olumsuz yönde etkileyebilecek birçok zorluk ve engel vardır. Bunlar üç farklı zorluk türünde sınıflandırılabilir. Birincisi, geliştirmekte olan ülkeler sürdürülebilir turizm kalkınmasının başarılı bir şekilde uygulanmasını etkileyen; nüfusunun ekonomik refahını geliştirmek, istihdam yaratmak ve doğrudan yabancı yatırımları çekme ihtiyacı gibi iç baskıları paylaşmaktadır. Geliştirmekte olan ülkelerde sürdürülebilir turizm kalkınmasının uygulanmasının önündeki ikinci zorluk türü belirsiz politika,

planlama sürecinin yetersizliği gibi planlama mekanizmalarıyla ilgili problemlerdir. Üçüncü zorluk türü ise turizm endüstrisinin kendisinden kaynaklanmaktadır.

Helmy (2004)'e göre, gelişmekte olan ölkelerin sürdürülebilir turizmi uygulamalarının hala zor olduğu sonucuna varmıştır. Gelişmekte olan ölkelerde sürdürülebilir turizmi gerçekleştirmek için, hem mevcut tutumların hem de kurumsal çerçevelerin değiştirilmesi gerekmektedir.

Ek olarak, gelişmekte olan ölkelerde turizm yönetiminde sürdürülebilir turizm gelişimini içerecek ve turizmin sahip olduğu varlıkları koruyacak motivasyon azdır (Ruhanen, 2008). Yakın zamanda, Muangasame ve McKercher (2015) Tayland'da “7 Yeşiller” sürdürülebilir turizm stratejisinin uygulanmasını incelemişlerdir ve departmanlar arasında iyi niyet ve takım çalışmasının bulunmayışı dahil olmak üzere bu tür uygulamaların bazı zorluklarını kabul etmişlerdir.

Ayrıca, sürdürülebilir turizm stratejilerinin uygulanmasına yardımcı olacak sınırlı pratik uygulama veya modelleri bulunmaktadır. Soteriou ve Coccossis (2010), turizm enstitülerinde stratejik planlama uygulamalarına odaklanan ulusal düzeyde planlama veya düzenleme sistemi ile sürdürülebilir turizmin dahil edilmesinin uygulanmasını değerlendirmek için bir model önermiştir. Waligo ve diğ. (2013), sürdürülebilir turizm felsefelerinin itaat ve uygulamalarını inceleyerek, farklı paydaşların sürdürülebilir turizmin uygulanmasına katılımını test etmek için bir Çoklu Paydaş Katılımı Yönetimi çerçevesi önermiştir.

1.4.3 Turizm ve Ekonomik Sürdürülebilirlik

Büyümenin turizm kaynaklı mı yoksa ekonominin öncülüğünde mi olduğu tartışılırken, turizm küresel ekonomiye doğrudan ve dolaylı olarak 7.70 trilyon ABD

doları katkı sağlamaktadır. 2015 senesinde turizm 1.5 trilyon ABD doları ihracat gerçekleştirmiştir. Bu rakam, küresel mal ve hizmet ihracatının yüzde 7'sine, yalnız hizmet ihracatının ise yüzde 30'a denk gelmektedir. Bu rakamlar turizm sektörünü dünyadaki en büyük üçüncü ihracat kategorisi yapmaktadır. Turizm sektörü ülkelerin en önemli ihracat kalemlerinin başında gelmektedir. Örneğin, az gelişmiş ülkelerde yapılan araştırmanın sonuçlarına göre ekonomik kalkınmayı en fazla tetikleyen sektörün turizm sektörü olduğu ortaya çıkmıştır.

Uluslararası turizmin yanısıra yerel turizmde ekonomi üzerinde çok büyük etkisi vardır. Yerel turizm özellikle gelişmiş ekonomilerde önemlidir. OECD ülkelerinde turizm tüketiminin ortalama %77'sini oluşturmaktadır ancak aynı zamanda gelişmekte olan ülkelerde de önemli paya sahiptir. Örneğin, 2018 senesinin kurban bayramı tatilinde, Türkiyede yaklaşık olarak 10 milyon yerel turist yerel turizm destinasyonlarına akın etmiştir.

Sektörün hızlı büyümesi, turizmin ekonomik açıdan büyümeye devam edeceği anlamına gelmektedir. Yurt içi turizm yılda % 6 hızla büyümekte, uluslararası turizm – 2000 ve 2014 seneleri arasında her yıl ortalama % 3.9 büyümüştür, 2030 senesine kadar her yıl % 3,3 oranında artacağı tahmin edilmektedir. Ayrıca 2030 senesine kadar toplam turistlerin sayısının 1.8 milyara ulaşacağı tahmin edilmektedir (UNWTO, 2018).

Bu kadar büyük ekonomik potansiyel göz önünde bulundurularak, turizmin gerçek anlamda ekonomik sürdürülebilir olmasını sağlamak için istikrar ve destekleyici politikalarla karakterize edilen uygun bir iş ortamını geliştirmek, şeffaflığı ve yüksek derecede bağlantıyı sağlamak ve turizm sektörünün dayanıklılığını arttırmak gerekmektedir.

Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, zayıf iş ortamı, vasıflı iş gücü, finansmana erişim, düşük yatırım seviyeleri de dahil olmak üzere turizm sektörünün karşılaştığı yapısal zorlukları ele almak kaçınılmazdır. İş faaliyetlerini kontrol eden politika, yasal,

kurumsal ve düzenleyici koşulların yerine getirilmesi önemli bir ilk adım olarak gözükmektedir. Bu, turizmi ticaret politikaları ve sözleşmelerle bütünleştirirken, yatırımcılar ve destek hizmetleri arasında turizmi bilinçlendirmek ve insan kaynaklarına yatırım süreciyle paralel gitmelidir. Sektörün gayri safi yurtiçi hasılasına (GSYİH) olan katkısını önümüzdeki 10 yıl içinde 610 milyar ABD Doları'na indirecek ve 14 milyon boş pozisyonlardan oluşan bir eksiklik yaratabilecek olan yetenek açığını kapatmak için çabalara ihtiyaç vardır. Destinasyonda iyi durumda bulunan ve yerel topluluklar için ekonomik faydaları en üst düzeye çıkaran Doğrudan Yabancı Yatırımın (FDI) teşvik edilmesi, piyasa bilincini, ekonomik istikrarı, kalite standartlarını, yetenek seviyelerini ve bilgi transferini geliştirmek, özellikle sermaye sıkıntısı yaşayan KOBİ'ler için hayati önem taşımaktadır.

Daha fazla pazara bağlantı sağlamak için, doluluk oranlarını iyileştirmek ve sürdürülebilir ulaşım seçenekleri ile karbon ayak izlerini azaltmak için ulaşım yapılarındaki yatırımlar çok önem arz etmektedir. Ülkeler arasında vize serbestisi getirmek, turistlerin daha kolay seyahat etmesini sağlamakla beraber turizmin ekonomiye katkısını da artıracakı düşünülmektedir. Günümüzde dünya nüfüsünün %61'i seyahat etmek için hala vize gereksinimi duymaktadır. İnternet erişilebilirliği, özellikle gelişmekte olan ülkelerde ve kırsal alanlarda bilişim ve iletişim teknoloji (BİT) altyapısının iyileştirilmesinin öneminin altını çizerek, bağlantıyı, pazar erişimini, dağıtımı ve ağ bağlantısını güçlendireceği düşünülmektedir.

Sonuç olarak, turizmin gelişiminin ekonomik gelişmenin üzerinde büyük etkisi vardır. Turizmden gelen gelirlerin sürdürülebilir olması için turizm sektörü ve devlet kuruluşları el ele vererek destinasyonlardaki iş olanaklarının geliştirilmesine, vasıflı iş gücünün yetiştirilmesine, doğal ve sosyo kültürel varlıkların korunmasına önem vermeleri gerekmektedir.

1.4.4 Turizm ve Sosyal Sürdürülebilirlik

Turizmin hem olumlu hem de olumsuz sosyo-kültürel etkileri vardır. Turizm sıklıkla kültür, değerler, gelenekler gibi sosyal özellikler ile ilişkilendirilmektedir. Turizmin gelişmesi ile farklı kültürlerden turistler ve yerel halklar tanışma fırsatı yakalamaktadır. Bu iletişim sosyal ve ekonomik değeri olan yeni fikirlerin ortaya çıkmasına olanak sağlamaktadır (Bersales 2005:239; Nyaupane ve diğ. 2006: 1373). Mason (2003)'e göre, sanat ve gelenekler yabancı turistler için önemli olduğundan, turizm yerel sakinlerin unutulmuş kültürel hayatının yeniden canlanmasına yol açmaktadır.

Zaei ve Zaei (2013) turizmin sosyo-kültürel etkilerini yedi boyuta ayırmıştır. Bu boyutlar, yerel tesislerin ve altyapının iyileştirilmesi, yerel kültürel mirasın korunması, daha fazla etkinliğin bulunması, insanların kırsal alanlardan kentsel alanlara geçişindeki azalma ve gençlik değişim programcılarının artmasıdır. Ek olarak, turizmin gelişmesi turizm destinasyonlarının yoksullukla daha iyi mücadele etmesine, ekonomik altyapının gelişmesine olanak sağlamaktadır (Dilimino ve Dickinson, 2015). İsmail ve diğ. (2011) yerel sakinlerin, turizmin toplulukları için refah sağladığını (örneğin rekreasyon tesislerinde daha fazla çeşitlilik ve kamu altyapısını arttırdığını) tespit etmiştir.

Aynı zamanda turizmin neden olduğu sosyal etkiler, bu turistik bölgelerde yaşayanların yaşam kalitesini değiştirerek ortaya çıkabilmektedir (Mbaiwa, 2004). Örneğin, ırk ayrımcılığı, yerleşim bölgesi turizmi, geleneksel toplulukların yeniden yerleşimi, geleneksel aile yapısı ve ilişkilerinin bozulması ve suçta artış. Sánchez ve diğ. (2016) Afrika'nın São Vicente adasındaki sakinlerin, turizmin olumsuz etkilerinden (cinayetlerdeki artış, fiyat artışı vb.) hoşnut olmadıkları için, Cape Verde'de gelecekteki turizm gelişimine yönelik destek konusunda emin olmadıklarını bildirmişlerdir.

Küreselleşmenin aşırı tüketim (ürün ve hizmet) üzerinde dolayısı ile turizm üzerinde büyük etkisi vardır. Reisinger (2009) aşırı tüketimin kültürü tahrip ettiğini, trafik sıkışıklığı, çevre kirliliği gibi sosyal sorunlar yarattığını iddia etmektedir. Örneğin Venedik ve Barcelona gibi önemli turistik destinasyonlarda halkın turizme ve turistlere karşı tutumu yüksek kira, yaşam pahalılığı, trafik gibi sorunlar nedeni ile antagonizm seviyesine ulaşmıştır. Son günlerde kitlesel turist trafiğini azaltmak için Venedik'e turist girişini ücretli olmasına karar verilmiştir.

Yukarıda belirtilen unsurlar turizmin olumlu ve olumsuz taraflarını gözönünde tutarak Doxey (1975) yerel sakinlerin turizme karşı tutumunu dörde ayırır. Bunlar aşağıdaki gibidir:

- Öfori - turistler, kontrol veya planlama yapmadan, toplum tarafından hoşgörü ile karşılanır.
- İlgisizlik - turistler toplum tarafından para kaynağı olarak sayılır ve turistler - sakinler arasındaki ilişki resmi ve ticari hale gelir.
- Rahatsızlık - turizm endüstrisi ile doygunluğa ulaşan topluluk, turizme olan tutumunu değiştirmeye başlar. Karar vericiler büyümeyi sınırlamak yerine daha fazla altyapı geliştirirler.
- Antagonizm - yerliler, turizm ve turistlere olan öfkelerini göstermektedir. Planlama çare olmalıdır, ancak destinasyonun kötüleşen imajını ve itibarını değiştirmek için arttırılmış tanıtım faaliyeti üstlenilmektedir.

Sonuç olarak, turizmin sürdürülebilir gelişimini sağlayabilmek için, yatırımcılar, karar verici devlet idareleri turizmin sosyal etkilerini gözardı etmemeleri gerekmektedir. Çünkü araştırmalar gösteriyorki yerel sakinlerin turizme karşı tutumu turistlerin memnuniyet derecesini etkilemektedir. Yerel sakin ne kadar olumlu tutuma sahip olur

ise turistlerde destinasyondan o kadar memnun kalmaktadırlar. Gelecek bölüm turizm ve çevresel sürdürülebilirlik konusunu içermektedir.

1.4.5 Turizm ve Çevresel Sürdürülebilirlik

Doğal çevreye bağlı bir sektör olarak, turizmin gezegenimizin korunmasına katkıda bulunmak için özel bir sorumluluğu vardır. Turizm endüstrisi, iklim değişikliğini tetikleyen CO2 emisyonlarının yaklaşık % 5'e denk bir emisyon ve kirlilik üreticisidir. Turizm sektörü çok büyük miktarlarda doğal kaynak tüketmektedir. Örneğin, turizm tesisleri konuk başına gecelik 100 ila 2.000 litrelik tatlı su tüketmektedir, ve bu rakamlar çoğu yerel nüfusun tükettiğinin çok daha fazla üstündedir. Su israfının yanı sıra, enerji tüketimi, gıda atıkları ve genel atık yönetimi de endişe verici seviyelerdedir. Turizm sektörünü daha sürdürülebilir kılmak için fırsatların çevresel açıdan önem arz etmesinin yanı sıra, aynı zamanda verimli kaynak yönetimi ve yerel kaynaklardan ürünlerin ve hizmetlerin tedariki hem yerel istihdama fayda sağlayabilir hemde işletmeler için tasarruf vaat etmektedir.

Turizm sektörü, kaynak tüketimini ve emisyonları izleme, rapor etme ve azaltma çabalarında daha dikkatli davranmalıdır. Çevresel sürdürülebilirliğe ulaşmak için kaynakların verimli kullanımını geliştirmek, biyoçeşitlilik koruma ve çevre korumaya odaklanmak, iklim değişikliği azaltımına ve uyumuna yatırım yapmak, çevresel konuların turizme ne derece bağlı olduğu ve önemli paydaşlar arasında bilincin artırıldığına dair bilgi artırmayı içeren bütünleşmiş bir yaklaşım gerekmektedir.

Doğal kaynakların verimli kullanılmasına öncülük etmek için sıkı etki değerlendirmelerine, dikkatli planlamaya ve özellikle su kıtlığı alanlarında etkili su ve enerji yönetimine ihtiyaç vardır. Turizm sektöründe mevcut yapıların güçlendirilmesi ile ilgili uygulama örnekleri vardır (örn. bina yalıtımını iyileştirmek, ekipmanı

değiştirmek ve yenilenebilir enerji kullanmak) ve bunların duyarlı bir şekilde teşvik edilmesi ve çoğaltılması gerekmektedir. Tüketim mallarının aşırı kullanımının üstesinden gelmek, “geri dönüşüm, yeniden kullanım ve geri dönüşüm” yaklaşımını yaygınlaştırmak, geri dönüşüm tesislerinde ve turizm destinasyonlarında atıkların yeşil yöntemlerle arıtılmasını gerektirmektedir. Atık yönetimini iyileştirmek için, turizm tesisleri, katı ve sıvı atıkların uygun şekilde arıtılması ve bertaraf edilmesi, gri suyun geri dönüştürülmesi ve iyileştirilmiş arıtma süreçleri ile kirliliğin su yollarına taşınmasını önlemelidir. Turistlerin kaynak kullanımı konusundaki farkındalıklarını arttırmak ve onları davranışlarını değiştirmeye teşvik etmek de sürdürülebilirliği desteklemenin en önemli ayaklarındanır.

Turizmi hassas ekosistemleri aşınmaya uğramaktan ya da ekolojik kaynaklara dolaylı baskı yapmaktan korumak için dengeli bir yaklaşım gerekmektedir. Bu, ekosistemlerin sürdürülebilir kullanımını ve yönetimini teşvik etmek için yaratıcı fırsatları bir araya getirmeli ve biyoçeşitliliğin korunması için turizm sektöründeki önemli aktörlerin el ele vermesini gerektirmektedir. İklim değışikliğinin etkilerini hafifletmek için 2015 Paris Anlaşması doğrultusunda turizm sektörünün taahhüt ettiği hedeflerini karşılamasını gerekmektedir. Turizm kaynaklı emisyonların azaltılması için sektör paydaşları yeni teknolojilere yatırım yapmalı, akıllı binalar inşa ederek operasyonel verimlilik kazanılmalıdır.

Sonuç olarak, turizm sektörünün doğal çevremiz üzerinde etkisi gözle görölür derecede artmaktadır. Sektör olarak yukarıda da belirtildiği üzere çevre sorunlarının karşısına geçmesi için çalışmalar yapılmaktadır. Ancak kaynak yönetiminin geliştirilmesi, akıllı teknolojilere yapılan yatırımlar gibi turizm sektörünün daha çok ilerleme kaydetmesi gerekmektedir.

Bir sonraki bölümde, doğal kaynakların, toplumların kültürlerinin, yaşam tarzlarının korunmasını ve aynı zamanda ekonomik açıdan daha rahat yaşam sürmelerini

hedefleyen sakin turizm ile ilgili bölüm, ek olarak Planlı Davranış Teorisi ve çalışmanın değişkenleri detaylı şekilde incelenmiştir.



İKİNCİ BÖLÜM

ÇALIŞMANIN TEORİK ALTYAPISI

Günümüzde, teknolojinin ve diğer etkenlerin etkisiyle insanların yaşam temposu geçmişe nazaran çok hızlanmıştır. Bu günlerde çok sık duyduğumuz cümlelerden biri zamanın nasıl gelip geçtiğini hiç anlamamaktır. Modern insanın yüzleştiği en büyük sorunlardan biri çok hızlı yaşamak, hayatın tadını alamamak ve hızlı yaşarken birçok güzellikleri algılayamamaktır. Bu bölümde, sakin hareketi, sakin yemek, sakin turizm, sakin şehirler konuları detaylı incelenecektir. Ek olarak Planlı Davranış Teorisi de bu bölümde yer verilmiştir.

2.1 Yavaş Hareketi

Yavaşlık, Türkçe sözlükte, “hızlı olmayan, ağır başlı, yumuşak huylu” anlamlarına gelmektedir (tdk.gov.tr). Günümüz toplumumuzda yavaş kelimesi maalesef negatif algılanmakta ve tembellik, geride kalma gibi kelimelerle eş anlamlı kullanılmaktadır. Bundan dolayı sakin harekete sakin hareket, sakin şehirlere sakin şehirler daha sık kullanılmaktadır.

Sakin hareketi, yavaşlayan yaşam tarzına doğru kültürel değişimi göstermektedir. Sakin hareketi 1986'da yavaş yiyecek hareketinin yaratılmasıyla başlamıştır. Sakin hareketin geniş kitlelere ulaşması ile birlikte, sakin şehirlerde yaşam hızını yavaşlatmayı amaçlayan Cittaslow gibi diğer hareketler ivme kazanmıştır. Daha sonra, "yavaş" kelimesi, farklı kültürel bakış açıları ile farklı etkinlik veya etkinliklere uygulanmıştır. Örneğin, 1999 yılında, Geir Berthelsen, yavaş felsefesini dünyaya öğretmek amacı ile "yavaş gezegen" hareketini kurmuştur. 2004 yılında, Carl Honoré'nin Slow Time Övgü kitabında yavaş felsefesini vurgulamıştır ve

yavaşlamanın insan çabalarının ve hareketinin her alanında uygulanabilir olduğunu belirtmiştir.

İnsanoğlunun temel ihtiyaçlarının insan ilişkilerinde yavaşlık yoluyla sunulabilecek yakınlık, dikkat ve sevgi olduğu bilinmektedir. Değişimi ele almak için, yavaşlığı, aidiyeti (belongingness) ve beraberliği keşfetmemiz gerekmektedir. Sakin hareket tek bir organizasyon içinde değil, yavaş felsefesi içeren bireyler tarafından uygulanabilmektedir (Shellnutt, 2011).

Avrupa'da yavaş gıda ve Cittaslow'un büyümesiyle birlikte, günümüzde sakin hareket, Asya ve Avustralya'ya kadar uzanmaktadır. Yavaş yaşlanma, potansiyel doğal yaşam süresini uzatmak için tıbbi olmayan seçeneklerle bilimsel olarak temel alınan bir yaklaşımdır. Yavaş sinema, yavaş izleyici ve minimum hareket değişikliği içeren bir sinema stilidir. Yavaş sinema daha duygusal sevgi ve gerçekçilik hikâyelerini içerir. Yavaş moda, hızlı moda (veya McFashion) veya kitlesel olarak üretilen giysilerden farklı olarak yavaş yiyecek hareketinin benzer ilkelerine dayanan sürdürülebilir bir moda hareketi olarak el yapımı giysilerle ilgili olup fakat zengin yorumlar içerir. Örneğin, yerel üretilmiş zanaat ürünleri, yenilenen veya geri dönüştürülen kumaşlar vb. gibi. Dolayısıyla, yavaş moda her zaman sürdürülebilir, eko, yeşil veya etik moda olarak kabul edilmiştir. Yavaş moda ahlakı, tüm "sürdürülebilir", "eko", "yeşil" ve "ahlaki" moda hareketlerinin birleşik bir temsidir. Benzer şekilde, yavaş pazarlama, sınırlı süreli satışlar gibi acil satış hacmi yaratmak yerine, müşterilerle olan ilişkileri sürdürmeyi vurgulayan pazarlama stratejisidir.

Sakin hareket felesefesi ile ilgili Christopher Richards'ın hazırladığı Yavaş Hareketi manifestosu aşağıda belirtilmiştir (Parkins, 2004: 363):

Bizi hızlanmaya zorlayanlar var. Direniyoruz! Ne bayrak kaldıracak ne de tükeneceğiz. Ofiste ve yollarda yavaşlayacağız. Çevremizdeki tüm insanlar (hiçbir şey ifade etmeyen) hiper aktivitenin sinir bozucu durumundayken biz, kendimize duyduğumuz güvenle yavaşlayacağız. Kendi huzurumuzu her ne pahasına olursa olsun koruyacağız. Alanlarda ve caddelerde yavaşlayacağız, tepelerde yavaşlayacağız, asla teslim olmayacağız! Çevrenizdekiler hızlanırken siz yavaşlarsanız bizden birisiniz demektir. Diğerlerinden biri değil bizden biri olduğunuz için gurur duyun. Çünkü diğerleri hızlı biz ise yavaşız. Yapmaya değer bir şey varsa onu yavaşça yapmaya da değer. Bazıları doğuştan yavaştır, diğerleri buna mecbur kalırlar. Ancak bir fincan sabah çayıyla yatakta uzanmanın insanoğlunun en iyi hali olduğunu bilen birileri hâlâ var.”

2.2 Yavaş Yemek

Sakin yemek hareketi 1986 senesinde İtalyan gastronom Carlo Petrini'nin Roma'daki İspanyol Merdivenleri yakınlarındaki bir McDonalds 'ın açılışına karşı çıkması ile başlamıştır. Bu süreç 1989 yılında 15 ülkenin temsilcisi ile Fransa'nın Paris kentinde uluslararası Yavaş Yemek (Slow Food) hareketi imzalanması ile sonuçlanmıştır (Meneley, 2004; Andrews, 2008; Severson, 2008). Sakin yemek hareketi yerel geleneksel gıdaları teşvik etmek ve endüstriyel hazır yemek (fast food) ve küreselleşmeye direnmeyi amaçlamaktadır (Leitch, 2013). Sonraki yıllarda Yavaş Yemek (Slow Food) hareketi İtalyada Gastronomi Bilimleri Üniversitesini açmayı başarmış ve geleneksel yiyecek ve beslenmeyle ilgili farkındalığı arttırmayı hedeflemiştir (Andrews, 2008; Severson, 2008).

Slow Food sözlüğünde, Sakin yemek; "Somut ve bilinçli bir duygusal tecrübe; bir gıda ürününün, bir şarabın, bir yemeğin hangi kültürel çerçevede ve hangi tekniklerle keşfedilmesine yönelik bir fırsat; tadım lisanının kavrandığı ve konuşulduğu bir an" şeklinde tanımlanmıştır (Petrini ve Padovani, 2005,2012). Günümüzde sakin yemek

hareketinin 150'den fazla ülkede 100.000'in üzerinde üyesi bulunmaktadır. Üyelerin yerel etkinlikler aracılığıyla yerel lezzetlerini, yerel kültürlerini, yerel sanatlarını, çiftçi pazarlarını ve yerel şarap çiftliklerini tanıtmayı sağlamak için örgütsel yapı yenilenmiş ve sorumluluk dağıtılmıştır (Germov vd., 2011; Gottlieb ve Joshi, 2010).

İsviçre (1995), Almanya (1998), New York (2000), Fransa (2003), Japonya (2005), Birleşik Krallık ve Şili'de açılan ofisler gibi dünyanın birçok yerinde ofisleri bulunmaktadır. Sakin yemek hareketinin küresel merkezi, Turin yakınlarındaki Bra'da bulunmaktadır. Üyelerin dünya çapında yayılması nedeniyle, hareketi teşvik etmek ve kolayca iletişim sağlamak için birçok dil kullanılmaktadır (Wilson, 2012; Paolo, 2014).

Sakin yemek hareketinde söz konusu edilen “yavaşlık” bazı kesimler tarafından negatif algılanmaktadır. Ancak burda bahsi geçen yavaş kelimesi tembellik vb. olumsuz şekilde algılanmamalı, aksine yemek yerken yiyeceğin tadına varmak, sofraya arkasında sosyalleşmek vb. olduğunu savunmaktadır. Bu felsefeye göre yiyeceklerin üretim süreci ve sunum şekli sürdürülebilir bir şekilde gerçekleşirse bu yiyeceği üreten, tüketen ve tüm dünya için fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Yavaş Yemek hareketinin ana amaçları bölgelerin yerel geleneklerini ve gıdalarını tanıtmak, yerel yönetim sistemleri ile bağlantılı yerel geleneksel gıda ürünlerini korumak ve tanıtmak için kuruluşlar kurmak, Kanada'da Tarlalar Bayramı gibi yerel yiyeceklerin bölgesel kutlamalarını oluşturmak, Fast food tehlikesi ve yerel çiftlik gıda ürününün yararları hakkında farkındalık yaratmak, ve yerel pazarlardan satın almayı teşvik etmektir (Julia, 2013; Germov vd., 2011; Gottlieb ve Joshi, 2010).

Sakin yemek hareketinin kurucusu, Carlo Petrini'ye göre "herkesin iyi, temiz ve adil gıdaya sahip olma hakkı vardır." İyi, güzel tada sahip yüksek kaliteli gıda ürünleri anlamına gelmektedir; Temiz, doğada üretilen ve işletilen yiyecek anlamına

gelmektedir; adil, gıda fiyatının hem tüketiciler hem de üreticiler için kabul edilebilir olduğu anlamına gelmektedir (John, 2011; Gottlieb ve Joshi, 2010).

Yavaş gıda hareketlerinin yanı sıra, sakin turizm 1980'de İtalya'da başladı. Sakin turizm, yerel kültürlerden zevk almayı, yerel halkla iletişim kurmayı ve yavaş seyahat ederken yerel ortama ayak uydurmayı amaçlamaktadır (Yurtseven ve Kaya, 2011). Sakin turizm, bilinçli zaman ayıran ve yerel ürünlerin toplu tüketiminden önce eğlenceler ve katılımlarla belirli bir yere bağlayan bir zihin takımına benzemektedir (Yurtseven ve Kaya, 2011). Sakin turizm, kitle turizminden farklı olarak tarihi mirasın, doğal kaynağın ve geleneksel kültürün korunmasında sürdürülebilir endişeleri vurgulamaktadır (Dickinson ve Lumsdon, 2010; Gardner, 2009; Slow Travel.com, 2013). Bir tatilin hızını "yavaşlatmak", yerel insanlarla ve yerlerle daha derin bir şekilde etkileşim ve ilişki kurmak için daha fazla fırsat sağlamaktadır.

2.3 Sakin Turizm

Son zamanlarda, turizm işletmeleri yeni turizm türlerini turizm sektörünün yeni yükselen yıldızları olarak algılamaktadırlar. İnsanlar doğal atmosferi keşfetmek (ekoturizm), farklı kültürleri öğrenmek (kültür turizmi), otantik insanları ve yerleri (miras turizmi) ziyaret etmek ya da istenen tıbbi tedavileri gerçekleştirmek için seyahat ederler. Turistleri bu yeni turizm türlerine motive eden çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal refahtır (Moore 2012). Bu çevresel ve kişisel çıkarlardan da ortaya çıkan yeni turizm türü, sakin turizmdir.

Sakin turizm kavramı göreceli olarak yenidir. Sakin turizm, 1980 ve 1990'larda İtalya'da başlayan yavaş yiyecekler ve sakin şehirler (örn. CittaSlow) gibi kurulmuş sosyal hareketleri takip etmektedir (Salon, 2012). Dickinson ve Lumsdon 'a göre (2010) sakin turizm daha sakin seyahat eden, seyahat ettiği destinasyonda daha fazla zaman geçiren, destinasyonda yerel halk ile sıcak iletişim kuran, yerel kültürü ve tarihi

inceleyen ve çevreyi koruyan insanları içeren kavramsal bir çerçevedir. Moore (2012)'e göre, sakin turizm paket tur ve tatillerinde olan zaman baskısından sakınmak olarak ifade edilebilir.

Başlangıçta, sakin turizm sıklıkla hız ve hareketlerle bağlantılıydı. Sakin turizmde ulaşım, düşük karbon emisyonlu araçların kullanılması ile çevre kirliliğinin azaltılması için önemsenmiş ve aynı zamanda tükenmekte olan enerji kaynaklarının tasarruf edilmesi de amaçlanmaktadır. Dolayısıyla, sakin turizm düzenli olarak sürdürülebilir turizm ile bağlantılı bir turizm model olmaktadır.

Günümüzde seyahat acenteleri, milli parklar organizatörleri veya yerel turizm geliştirme departmanları da sakin turistleri çekmek için sakin turizm aktivitelerini uygulamak için çalışmaktadır. Bu tür aktiviteler arasında yürüyüş, binicilik, dağ bisikleti, su sporları vb. yer alır. Yeşil tur gibi bazı turlar, turistlere sürdürülebilir bir ilgi ve düşük kirlilik taşımacılığı ile seyahat etmeyi sağlıklı bir şekilde sağlamaktadır. Kültür turları, turistlere yerel kırsal destinasyonları ziyaret etme ve yerel halkın yaşam tarzını tanımak fırsatı sunmaktadır. Korunan bir bölgede kuş gözlemciliği ve çiçek sergileri gibi diğer aktiviteler de, turistlerin dikkatini çekmektedir (Traveler, 2014). Slovenia'ya (2014) göre, yavaş aktivitelerin özellikleri hızın yavaş olması, birlikte yaşama, özgünlük, sürdürülebilirlik ve duygusallıktır.

Sakin turizmin birçok faydası vardır. Örneğin, yavaş bir seyahat etmek, turistlerin turizm destinasyonuna karşı birçok açıdan bağlılık kurmasına olanak sağlamaktadır (Gheorghe vd., 2012). Sakin turizm stresin azaltmasına ve günlük yaşam problemlerinden uzaklaşılmasına yardım etmektedir. Sonuç olarak, sakin turistler tek bir yerde daha uzun kalarak, doğal olarak başka bir yaşam biçimine sahiplenmektedir ve anın zevkini görerek, dokunarak, duyarak, kültür ve doğanın güzelliğini koklayarak çıkarmaktadırlar (Schlichter, 2007).

Sonuç olarak, yavaş seyahat ederken ulaşım da maliyet düşer, çünkü turistler daha az hareketle daha küçük bir alanda kalmayı tercih etmektedirler, yürüyüş veya bisiklet ile yakındaki turistik yerlere ulaşmak yararlı ve yeterli olmaktadır. Ayrıca, sakin turistler daha rahat ve ferah olan oldukça pahalı oteller yerine düşük maliyetli kiralık konaklama yerlerinde kalmayı tercih etmektedirler. Yiyecek yönünden bakacak olursak, sakin turistler yerel malzemelerle uğraşmak veya yerel tatları deneye bilecekleri lokantaları ziyaret etmeyi tercih etmektedirler (Gheorghe ve diğ., 2012).

2.3.1 Sakin Turist

Geçmiş zamanlardan günümüze kadar insanlar yeni yerler keşfetmek, yeni kültürleri öğrenmek, dinlenmek, eğitim, sağlık ve diğer sebeplerden seyahate çıkmaktadırlar. Ancak seyahate çıkan herkesi turist olarak tanımlamak doğru olmaz. Türk dil kurumu turistleri , “Dinlenme, eğlenme, görme, tanıma vb. amaçlarla geziye çıkan kimse, gezgin, gezmen, seyyah” olarak tanımlanmaktadır (tdk.gov.tr). Akademik literatürde bir bireyin turist olarak tanımlanabilmesi için bazı şartlara uyması lazımdır. Örneğin seyahat ettiği yerde devamlı ikamet etmemesi, gelir elde etmek için seyahat etmemesi gerekmektedir.

Yukarıdaki bölümlerde de belirtildiği gibi, sakin hareketin yaygınlaşması ile yavaş sıfatı birçok başlığın önüne eklenmiştir. Örneğin yavaş moda, sakin yemek vb. Bunlardan biride sakin turistlerdir. Sakin Turist kimliği dünya genelinde hızla yaygınlaşan turist profillerinden bir tanesi haline gelmektedir. Ancak sakin turistlerin kimlikleri, davranış şekilleri ile ilgili literatürde sınırlı sayıda araştırma mevcuttur, ve bu konularda daha detaylı araştırmalara ihtiyacın olduğunu araştırmacılar sık sık belirtilmektedir (Fullagar vd., 2012).

Literatürde sakin turistleri tanımlayan bir kaç tanım mevcuttur. Paolo de Salvo (2013) ya göre sakin turistler, Cittaslow’a üye olan, üye olmasa bile sakin bir yaşam süren,

doğal yaşam ile uyumlu ve bu konulara dair kuralları benimsemiş noktalara seyahat eden, tatil için bu tip yerleri sık olarak tercih eden ve nihayetinde de içerisinde bulunduğu yavaş özellikli yerleşim yerinin standartlarına uygun hareket eden bireylerdir. Yurtseven ve Kaya (2011)'e göre, sakin turistler yüksek eğitim almış, entelektüel, yeni kültürleri öğrenmeğe açık, gastronomiye ilgi duyan, kitlesel olmayan turizm destinasyonlarını tercih eden bireylerdir.

Lumdson ve Dickinson (2010)'a göre yavaş eğilimli turistleri kitlesel turistlerden farklılaştıran bazı karakteristik özellikler mevcuttur. Örneğin, bir yerde daha fazla zaman geçirmek, seyahat ederken daha az karbon salınımı olan araçları seçmek (yürümek, tren, bisiklet), otantik deneyimler kazanmak, yerel kültüre ve doğaya zarar vermemek. Akgöz (2016)'a göre yavaş turistler ziyaret ettikleri kasabalarda, ilçelerde yerel halkla etkileşim halinde olup yerel yiyecek ve içecekleri tatmaya özen göstermektedirler.

Yukarıdaki paragraflarda açıklandığı gibi, sakin turistler bir yerleri ziyaret ederken oranın kültürünü, yemeklerini benimsemekte, yerel halkla iletişim halinde olmakta, doğaya zarar vermeyecek davranışlar sergilemektedirler.

2.3.2 Sakin Şehir (Cittaslow)

Cittaslow İtalyanca “Citta”, İngilizce “Slow” kelimelerinin bir araya getirilmesiyle oluşmuştur. Türkcede yavaşlığın farklı/geri kalmışlık gibi negatif algılara yol açabileceği endişesiyle bunun yerine “sakin şehir” kavramı daha sıklıkla kullanılmaktadır. Ancak “Sakin kent, tamlamasındaki yavaşlık geç kalmak anlamına gelmemektedir. Bunun aksine, bu terim küçük yerleşimleri ve kentleri yaşanabilir kılmak adına yeni teknolojilerin kullanılması anlamını içermektedir” (Miele, 2008). Sakin şehir hareketi 1999 yılında plansız kentleşmeyi ve hızlı tempolu yaşam tarzını dengelemek için Greve in Chianti'nin eski belediye başkanı Paolo Saturnini'nin

abaları doğrultusunda ortaya çıkmıştır. İdealleri kısa zamanda başka belediye başkanları ve ‘‘Slow Food’’ hareketi başkanı Carlo Petrini tarafından benimsenmiştir. Popüler sakin yemek hareketi üzerine geliştirilmiştir. 2018 yılında, 30 ülkede sakin şehir sayısı 252'ye ulaşmıştır (cittaslow.org, 2018). lke bazlı sakin şehirlerin tablosu aşağıda belirtilmiştir.

Tablo 2.1: Cittaslow yesi şehir Dağılımı

lke	şehir Sayısı	lke	şehir Sayısı
Avustralya	3	Japonya	2
Avusturya	3	Hollanda	11
Belçika	6	Yeni Zelanda	1
Kanada	4	Norveç	4
Çin	9	Polonya	28
Kolombiya	1	Portekiz	4
Danimarka	2	Güney Afrika	1
Finlandiya	1	Güney Kore	15
Fransa	9	İspanya	10
Almanya	19	İsveç	1
İngiltere	5	İsvere	1
Macaristan	1	Tayvan	4
İzlanda	1	Türkiye	15
İrlanda	1	Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti	4
İtalya	84	Amerika Birleşik Devletleri	2

Paolo Saturnini yaşam kalitesini yükseltmek amacıyla kentlerin kendilerini değerlendirmelerini ve farklı bir kalkınma modeli ortaya koymaları fikrini ulusal boyuta taşımıştır ve girişimleri sonucunda 4 küçük İtalyan kentinin (Orvieto, Greve in Chianti, Bra, Positano) bir araya gelmesiyle ortaya çıkmıştır. İlk toplantıda bir Sakin şehir ’de bulunması gereken ana özellikler ve ilkeler belirlenmiştir. Bu zelliklerin ve ilkelerin en önemlileri daha sakin ve daha az kirli fiziksel vrelerin oluşturulması; yerel estetik geleneklerin, yerel el sanatlarının ve yerel mutfağın korunması bulunmaktadır (Sırım, 2012).

Sakin şehirler'in hedefleri arasında, yüksek kaliteli yerel gıda ve kültürel gelenekleri teşvik etmeyi motive etmek, kasaba ve şehirlerin homojenleşmesine ve

küreselleşmesine direnmek, yaşam hızını yavaşlatarak yaşam kalitesini arttırmak vb. bulunmaktadır. Semmens ve Freeman (2012)'e göre, küçük kasabalardan, ilçelerden devam eden göçü önlemenin en başlıca yolu yerel ekonomini canlandırmak ve sosyo –kültürel hayatı geliştirmektir. Literatürde Sakin şehirlerin bir çok tanımı mevcuttur. Örneğin Pink (2008,) sakin şehirleri;“çevre koruma kapsayıcı fikirleri, sürdürülebilir kalkınmayla kentsel yaşamın iyileştirilmesi, gıda üretiminde doğal ve çevre dostu teknikleri kullanan yerleşmelerdir” diye tanımlanırken; Mayer ve Knoxise sakin şehirleri “halkın ve yerel yöneticilerin yerel tarihi önemsedikleri, daha iyi ve sürdürülebilir bir gelişme için farklı yerel kaynaklardan faydalandıkları yerlerdir” diye benzer bir ifadeyle açıklamışlardır(Mayer ve Knox, 2006).

Sakin şehir kavramı turizm destinasyonunun markalaşması için oldukça önemli bir yere sahiptir. Destinasyonun markalaşmasının literatürde bir çok tanımı mevcuttur. Örneğin, destinasyon markalaşması marka stratejisini ve diğer pazarlama tekniklerini ve disiplinlerini şehirlerin, bölgelerin ve ülkelerin ekonomik, sosyal, politik ve kültürel gelişimine uygulama pratiği olduğunu açıklıyor. Sakin şehir konsepti, ürün geliştirme, yerel kimlik ve artan görünürlüğü artırarak turizmin gelişimi için dolaylı bir potansiyele sahip olduğu düşünülmektedir (Nilsson vd., 2011).

2.3.3 Sakin Şehir Üyelik ve Kriterler

Sakin şehir üyeliğine hak kazanmak için, bir kasaba kendini denetleyerek önceden belirlenmiş hedeflerinin en az yarısını başarıyla tamamlamalıdır. Ardından uygun sakin şehir ulusallaştırılmış ağ sistemine izin başvurusunda bulunmalıdır. Her sakin şehrinin başarması gereken toplam 50 amaç ve ilke vardır. Bu hareketin temel amacı, her sakin için yaşam kalitesini yükseltmek, daha sağlıklı bir yaşam tarzı için motive etmek, şehirlerin homojenleşmesine ve küreselleşmesine karşı koymak, çevreyi korumak, kültürel çeşitliliği özendirmeştir.

“Sakin şehir” misyonuna ulaşmak için şehirler Slow Food'ın talimatlarını kabul etmeli ve yerel çevreyi korumaya çalışmalıdır. Şehirlerin belgelendirilmesi 72 gereksinimi dikkate alır ve bu 72 gereksinim yedi farklı makro bölümden oluşmaktadır: enerji ve çevre politikaları, altyapı politikaları, kentsel yaşam politikaları, tarım, turizm ve zanaat politikaları, misafirperverlik politikaları, farkındalık ve eğitim, sosyal uyum politikaları. Mayer ve Knox (2006), iki Alman kasabası Waldkirch ve Hersbruck da Cittaslow standartlarının kentsel kalkınmada nasıl uygulanabileceği üzerine çalışma yapmışlardır. Aşağıda belirtildiği üzere, üç üyelik türü mevcuttur:

- Nüfusu 50.000 den az olan Sakin Şehir kasabası veya ilçesi Örn. Seferihisar
- Nüfusu 50.000 den çok olan Sakin Şehir destekçileri
- Bireysel Sakin Şehir taraftarları

Korkmaz, Mercan ve Atay (2014), Seferihisar, Türkiye örneğini vererek sakin şehir bakış açısıyla markalaşmayı bağdaştırmışlardır. Adigüzel ve Erikci (2013), sakin şehir olma sürecini ayrıntılı olarak açıklamıştır. Sakin şehir üyesi ola bilmek için yapılması gereken kriterler aşağıda tablo 2.2’de belirtilmiştir:

Tablo 2.2: Sakin Şehir Kriterleri

Kriterler	Alt Kriterler
Enerji ve Çevre Politikaları	- Hava ve su temizliğinin yasa tarafından belirtilen parametrelerde olduğunun belgelenmesi, * - Halkın içme suyu tüketiminin ulusal ortalama ile karşılaştırılması, * - Kentsel katı atıkların ayrıştırılarak toplanması, * - Endüstriyel ve evsel kompostlamanın desteklenmesi, - Kentsel ya da toplu kanalizasyon için atık su arıtma tesisinin bulunması, * - Binalarda ve kamu kullanım alanlarında enerji tasarrufu, - Kamunun yenilenebilir enerji kaynaklarından enerji üretimi, - Görsel kirliliğin ve trafik gürültüsünün azaltılması, - Kamusal ışık kirliliğinin azaltılması, * - Hane başına düşen elektrik enerjisi tüketimi, - Biyoçeşitliliğin korunması.
Altyapı Politikaları	- Kamu binalarına bağlı verimli bisiklet yolları - Mevcut bisiklet yollarının araç yollarıyla kilometre üzerinden karşılaştırılması, * - Metro ve otobüs durakları gibi aktarma merkezlerinde bisiklet park yerleri, - Özel taşıt kullanımına alternatif olarak eko ulaşım planlanması, * - Engellilere yönelik mimari engellerin kaldırılması, * - Aile hayatı ve hamile kadınlar için girişimler, * - Sağlık hizmetlerine onaylanmış ulaşılabilirlik, - Kent merkezlerinde malların sürdürülebilir dağıtımı, - Şehir dışında çalışan şehir sakinlerinin oranı. *
Kentsel Yaşam Politikaları,	- Kentin direnci için planlama, ** - Kente ait değerlerin iyileştirilmesi, kent merkezlerinin ve kamu binalarının değerlerinin artırılması için programlar, * - Verimli bitkiler ve meyve ağaçları kullanılarak sosyal yeşil alanların iyileştirilmesi ve/veya oluşturulması, ** - Kentsel yaşanabilirliğin artırılması, - Marjinal alanların tekrar değerlendirilip kullanılması * - Vatandaşlara ve turistlere yönelik interaktif hizmetlerin geliştirilmesinde bilgi ve iletişim teknolojilerinden faydalanılması, * - Sürdürülebilir mimari için hizmet masası oluşturulması, * - Kentin internet ağına sahip olması, * - Kirleticilerin izlenmesi ve azaltılması, * - Kişisel sürdürülebilir kentsel planlanmanın teşviki, - Sosyal altyapıyı desteklemek, - Kamusal sürdürülebilir kentsel planlamanın teşviki, * - Kent içindeki kullanışlı yeşil alanların verimli bitkilerle değerlendirilmesi, ** - Yerel ürünlerin ticarileşmesi için alanların yaratılması, * - Atölyelerin korunması ve değerlerinin artırılması – doğal/yerel alışveriş merkezlerinin yaratılması, * - Yeşil alanlarda kullanılan beton miktarı. 2

Tarım, Turizm ve Zanaat Politikaları	• Agroekolojinin geliştirilmesi, ** • El yapımı ve etiketli veya markalı esnaf/sanatkâr ürünlerinin korunması, * • Geleneksel iş tekniklerinin ve zanaatların değerinin artırılması, * • Kırsal bölgede yaşayanların hizmetlere erişimini artırarak kırsal bölgelerin değerini arttırmak, * • Kamuya ait restoranlarda (okul kantinleri, aş evleri vb.) yerel, mümkünse organik ürünlerin kullanılması, * • Kişisel kullanımda ve yemek sektöründe tat eğitimlerinin verilmesi ve mümkünse organik yerel ürünlerin kullanılmasının teşvik edilmesi, * • Yerel ve geleneksel kültürel etkinliklerin korunması ve değerlerinin artırılması, * • Otel kapasitelerin artırılması, * • Tarımda GDO kullanımının yasaklanması, • Önceden tarım için kullanılmış alanların kullanımı hakkındaki imar planları için yeni fikirlerin varlığı. 3
Misafirperverlik, Farkındalık ve Eğitim İçin Planlar	• İyi karşılama, * • Esnafın ve operatörlerin farkındalıklarını arttırmak, * • Yavaş güzergahların mevcut olması, • Önemli yönetsel kararlara tabandan tavana katılım sürecini sağlayacak aktif tekniklerin benimsenmesi, • Eğitimciler, yöneticiler ve çalışanların sakin şehir temaları hakkında sürekli eğitim görmesi, ** • Sağlık eğitimleri, • Yöre halkına sakin şehrin anlamı hakkında sistematik ve kalıcı eğitim vermek, * • Sakin şehir üzerine yerel yönetim ile çalışan derneklerin aktif varlığı, • Sakin şehir kampanyalarının desteklenmesi, * • Sakin şehir logosunun internet sayfasında ve antetli kağıt üzerinde kullanımı. *
Sosyal Uyum	• Azınlıklara yönelik ayrımcılığa karşı çalışmalar, • Farklı etnik kökene sahip insanların aynı mahallede yaşaması, • Engelli kişilerin entegrasyonu, • Çocuk bakımının desteklenmesi, • Genç neslin istihdam durumu, • Yoksulluk, • Toplumsal ortaklıklar/sivil toplum kuruluşların mevcudiyeti, • Farklı kültürlerin entegrasyonu, • Politikaya katılım, • Belediyenin kamu konut yatırımı, • Gençlik faaliyetlerinin yürütüldüğü bir alanların ve bir gençlik merkezinin mevcudiyeti.
Ortaklıklar	• Slow food aktiviteleri ve kampanyaları için destek, • Doğal ve geleneksel yiyecekleri Slowfood veya diğer kurumlar ile desteklemek, • Eşleştirme projelerini desteklemek ve geliştirmekte olan ülkelerin sakin şehir ve Slowfood felsefelerinin yayılmasını da sağlayacak şekilde gelişmeleri için işbirliği yapmak.

Yukarıdaki tablo 2.2’den de görüldüğü üzere bazı kriterlerin yanında asterisk * konulmuştur. Sakin şehir başvuru sürecinde perspektif ve zorunlu olmak üzere iki tür kritere yer verilmiştir. Kriter listesinde bir asteriks ile işaretlenen kriterler zorunlu kriterlerdir. Perspektif kriterler ise iki asteriks ile işaretlenmiştir (**) ve aday kent tarafından geleceğe yönelik daha kesin ve imtiyazlı taahhütlerin benimsendiği kriterlerden oluşmaktadır. Perspektif kriterlerden her hangi birinin gerçekleştirildiği zaman, belediyelere %15 oranında ek puan artışı sağlamaktadır. (www.cittaslowturkiye.org).

Zaman-zaman, sakin şehirler yukarıda belirtilen kriterler bazında denetimlere tabi tutulmaktadır. Sakin kent tüzüğünde hangi durumlarda kentin üyeliğine son verileceği açık ve net şekilde belirtilmiştir. Örneğin üye kentlerin Yavaş Kentler Birliği’nin hedeflerine, felsefesine, kültürüne muhalif davranışları veya toplumda sakin kentler hakkında olumsuz algı oluşmasına yardım edecek davranışlarda bulunmaları halinde, Uluslararası Kordinasyon Komitesi tarafından alınan kararlara uyulmaması durumunda Koordinasyon Komitesi’nin o üyeyi acilen ihraç etmeyi düşüneceği belirtilmektedir (www.cittaslow.org).

2.3.4 Türkiye’de Sakin Turizm

Türkiye sakin şehir kavramıyla ilk defa 2009 yılında İzmir’in Seferihisar ilçesinin sakin şehir üyeliğine kabul edilmesiyle tanışmıştır. Bu ilk üyelik yavaş felsefesini benimseyen yerel yönetimlerin kalkınma planlarını yaparken bir yol haritasına sahip olmalarını sağlamıştır. Sakin şehir beton yapılaşmaya, küreselleşme ve ticari rant nedeniyle kentin tüm değerlerinin yok edilmesine, hızlı ve sözde modern yaşamın bireylere dayattığı anlayışa karşı çıkmaktadır. Günümüzde 30 ülkede toplam 235 tane sakin şehir bulunmakta olup bunlardan 15 tanesi Türkiye’de yer almaktadır. Bu şehirler Akyaka, Eğirdir, Gerze, Gökçeada, Göynük, Halfeti, Perşembe, Seferihisar, Şavşat, Taraklı, Uzundere, Vize, Yalvaç, Mudurnu ve Yenipazardır.

2.3.5 Türkiye’de Sakin Turizm İle İlgili Yapılan Araştırmalar

Türkiyedeki sakın turizm ile ilgili literatürün kısıtlı olduğunu araştırmanın önemi bölümünde yer verilmiştir. Bu bölümde, Türkiyedeki sakın turizm ile ilgili yapılan akademik çalışmalar özet şeklinde verilmiştir.

Ridvan ve Kaya (2011) de yapmış olduğu çalışmada sakın turistlerin kim olduğunu belirlemeyi amaçlamışlardır. Ampirik araştırma, Türkiye'nin ilk sakın şehir ve sakın turizm destinasyonu olan Seferihisar'da gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, sakın şehir prensiplerine göre, Seferihisar ziyaretçileri sakın turizme adanmış, sakın turizm ile ilgilenen ve kazayla sakın turizm destinasyonunu ziyaret edenler olmak üzere üç farklı kategoride sınıflandırılmıştır. Ek olarak, sonuçlara göre turist türleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar olduğunu göstermektedir.

Baldemir vd., (2013) sürdürülebilir kent bağlamında araştırılan destinasyonlar arasından en iyi sakın şehir alternatiflerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu çalışma, çevre politikasının en önemli kriter olduğunu ve Datça'nın tüm sonuçların değerlendirilmesinden sonra sakın şehir olmaya en uygun aday olduğunu ortaya koymaktadır.

Görkem ve Öztürk (2014) araştırması Türkiye'nin ilk sakın şehri olan İzmir ilinin Seferihisar ilçesinde yaşayan insanların sakın şehir hareketinin gastronomi üzerindeki etkileriyle ilgili değerlendirmelerini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Çalışmada, Seferihisar'ın sakın şehir kriterlerinin gastronomik etkilerinin farklı boyutları ele alınmıştır. Anketlerden elde edilen verilere göre, sakın turizm halkın yerel mutfağına ve yeme alışkanlıklarına olumlu yansımaktadır, ancak yiyecek ve içecek fiyatlarında artışa neden olmaktadır.

Ekinci (2014), sakin şehir felsefesinin sürdürülebilir turizmin gelişimi için Türkiye'de araştırma yapmıştır. Türkiye'de sürdürülebilir turizm kalkınma uygulamasının özel bir çalışmasını yapan bu makale sakin şehirler için yeni aday şehirler (Uzungöl, Hasankeyf, Safranbolu, Ürgüp ve İznik) sunmaktadır. Bu nedenle, sürdürülebilir turizm uygulamaları'nın tüm ülkeye yayılmasına katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Bu çalışmada, yukarıda adı geçen şehirlerin sakin şehir üyeliği için özellikle iyi adaylar olduğu tespit edilmiştir. Bunlara ek olarak: Tatvan, Midyat, Alanya ve Fethiye, sakin şehir nüfus ölçütünü karşılamasalar bile potansiyel sakin şehir adayı olabilecekleri vurgulanmıştır.

Bu çalışmanın temel amacı, gastronomik gerçeklerin sakin turizm destinasyonlarının üzerindeki etkilerini ve sakin turizm destinasyonlarını ziyaret eden turistlerin motivasyonlarını belirlemektir. Araştırma, Akyaka (Muğla), Seferihisar (İzmir), Taraklı (Sakarya), Vize (Kırklareli), Yenipazar (Aydın) ve Gökçeada (Çanakkale) gibi “sakin şehir” unvanını alan altı turizm destinasyonunda yürütülmüştür. Araştırmanın sonucuna göre Gastronomik gerçeklerin turistlerin “sakin şehir” destinasyonlarını tercih etmede önemli rol oynadığı belirlenmiştir. Ayrıca bir takım öneriler geliştirmiştir, “sakin şehirler” ve aday şehirler, yerli gıda ve içeceklerde endemik bitkilerin kullanımı hakkında bilimsel bir çalışma yaparak bölgeye yeni bir yiyecek ve içecek kültürü geliştirmeli, “sakin şehirler” ve aday şehirler, tanıtım stratejileriyle kendi yerli gastronomik gerçeklerini içermeli, “sakin şehirler” ve aday şehirler, turistleri turizm destinasyonlarına yönlendirmek için fuarlar, sergiler, festivaller ve paneller düzenlemelidir.

Gündüz vd., (2016) makalesinde, sosyal esnekliğin, ilerici bir çerçevede Sakin Şehirlerin sürdürülebilir büyümesi için önemli olduğunu ve sakin şehirler için evrimsel esnekliği sağlamak için olası engelleri ve çözümlerin araştırılmasını önermektedir. Araştırma Seferihisarda yapılmıştır. Bu bakımdan Seferihisar da dahil olmak üzere Ege Sakin Şehirleri yüksek düzeyde sosyal esneklik göstermemektedir.

Burcin (2015) tarafından yazılan makalenin ana amacı bir kentin sakin şehir ağına dahil edilmesinin toplumun yaşam kalitesini nasıl olumlu yönde etkilediği ve ziyaretçinin deneyimini nasıl geliştirdiği hakkında olguları sunmaktır. Araştırma Vize de yapılmıştır. Çalışma, Vize de yaşayanlar için yaşam kalitesini olumlu yönde etkileyecek ve ziyaretçi deneyimini iyileştirecek çok sayıda devam eden projeyi tanımlamaktadır. Araştırmanın bulgularına göre sakinlerin yeni girişimleri desteklediğini ve sakin şehir faaliyetlerine daha fazla dahil olduğunu göstermektedir.

Tayfun ve Acuner (2014) yaptığı araştırmada Türkiye'deki ve dünyadaki sakin şehirleri kıyaslamışlardır. Araştırmanın sonuçlarına göre, Türkiye'deki sakin şehirlerindeki nüfusun, diğer ülkelerdeki sakin şehirlerinden daha kalabalık olduğunu göstermektedir, Türkiye'nin aday gösterme süreci diğer ülkelere kıyasla daha uzundur, Türkiye'nin sakin kasabaları sakin şehir ünvanını kazanmak için yerel halkın görüşlerine sahiptir, diğer ülkelerin sakin şehirlerine baktığımızda, sosyal medyayı kullanmaktadırlar, Türkiye'deki sakin şehirler ise el bültenleri ve basın bültenlerini kullanmaktadırlar. Araştırmaya katılan diğer ülkelerin sakin kasabaları, yaşam kalitesini iyileştirmeyi hedeflemektedirler, Türkiye'deki sakin kentleri, kentsel kişisel kimliğini sakin şehir ağına katılmak üzere korumayı amaçlamaktadır.

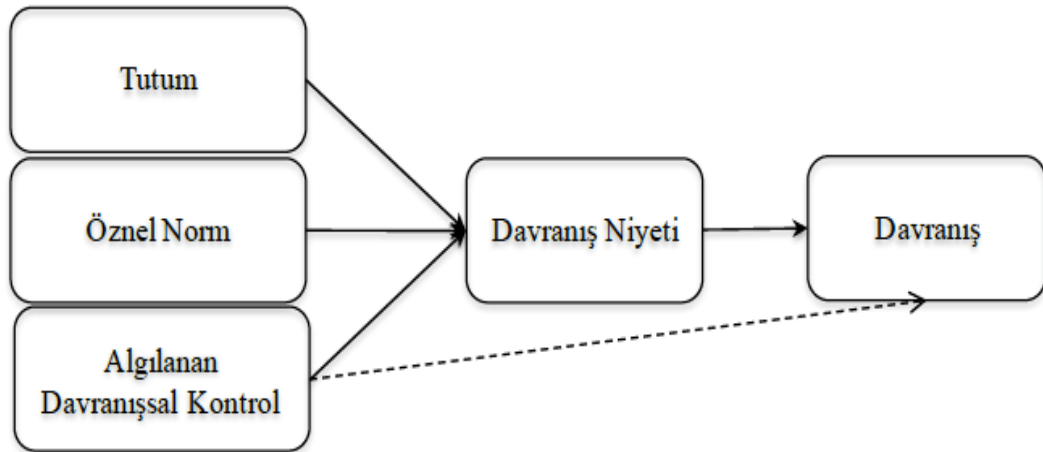
Cosar ve Kozak (2014) çalışmasının amacı yavaş şehir imajının yerli turistlerin turizm destinasyonunu ziyaret etmeye motive etme derecesini ve sakin şehirlerin turistlerin davranışlarına (bilgi arama, karar verme, tatil deneyimi ve tatil sonrası deneyimi) etkisini araştırmaktır. Araştırmanın bulgularına göre sakin kent imajının ziyaretçi davranışının ilk üç aşamasını, yani motivasyonları, bilgi arama ve karar verme sürecini etkilediğini doğrulamaktadır. Çalışma aynı zamanda ziyaretçilerin tatillerinde hem olumlu hem de olumsuz deneyimler yaşadıklarını ve yavaş kentin gelecek ziyaret niyetleri üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu göstermektedir.

Yukarıda belirtilen araştırmalardan da görüldüğü gibi, Türkiye'de sakin turizm ile ilgili yapılan araştırmaların çoğu tek destinasyonda özellikle Seferihisar'da yapılmıştır.

Ek olarak, sakin turistlerin davranışları ile ilgili hiç bir araştırmaya rastlanmamıştır.

2.4 Planlı Davranış Teorisi

Planlı Davranış Teorisi, Akılcı Davranış Teorisinin (TRA) bir uzantısıdır. Ajzen (1985) Planlı Davranış Teorisini tanımlamış ve Algılanan Davranış Kontrol kavramını davranışsal niyetin önemli bir faktörü olarak ele almıştır. Planlı Davranış Kuramı'nda, araştırmacılar bireylerin tutumlarını, öznel normlarını ve algılanan davranış kontrollerini saptayarak, bireylerin belirli davranışlarda yer alması muhtemel seviyeyi belirleyebilmektedir (Perugini ve Bagozzi, 2001). Planlı Davranış Teorisine göre; durum, olay veya nesne ile ilgili bir bütün halinde kişinin algısı (tutum), sosyal çevresinden önemsediklerinin fikirleri (öznel norm) ve bunları kontrol edebilmesi yönündeki inancına (algılanan davranış kontrol) göre davranışları gerçekleştirme olasılığı da değişmektedir (Kalkan, 2011). Bu nedenle, geliştirilmiş teori, kişisel faktörlerin, sosyal çevrenin ve istek dışı unsurların davranış niyeti üzerindeki etkilerini test edilmesini sağlamaktadır (Ajzen, 1985).



Şekil 2.1 Planlı Davranış Teorisi

Ajzen (1991), Planlı Davranış Teorisinin temel yapısının, davranışa özgü yapıların doğası olduğunu ve davranışsal niyetin esas bileşen olduğunu belirtmiştir. Davranışsal niyet, bir göstergenin belirli bir davranışı yürütme eğilimi anlamına gelir (Ajzen, 1985, 1991). Genellikle, bir bireyin davranışını üstlenme niyeti ne kadar güçlü olursa, birey o davranışı kazanma olasılığını da o kadar yüksek olur. Araştırmacılara göre, bireyler davranışın kendilerine fayda sağlayacağını düşünürlerse, belirli davranışları gerçekleştirmek için gereken kaynakları, yetenekleri veya fırsatları varsa ve yakınlarına (aile fertleri, arkadaşları) göre anlamlı buluyorlarsa bireylerin belirli bir davranış göstereceklerine inandıklarını belirtmişlerdir (Lam ve Hsu, 2004). Böylece, Planlı Davranış Teorisi'ne göre davranışsal niyet üç teorik faktör tarafından şekillenmektedir.

Tutum: Modern psikologlar, bilgi işleme yaklaşımı ile tutumların beklenen değer modelini oluşturmuştur (Fishbein ve Ajzen, 1975). Modele göre bireylerin inançları veya ilkeleri rasyonel olarak tutumların geliştirildiğini gösterir. Genellikle bir nesne hakkındaki tutumlar, diğer nesneler, nesne karakterleri veya nesneye olan ilişki gibi bazı niteliklerden gelir. Ayrıca, her tutum, eylemi gerçekleştirmenin maliyeti gibi belirli sonuçları olan diğer davranışlarla bağlantılıdır. Tutum, davranışı tahmin etmenin bir parçası iken, bilgi düzeyinin de tutumu etkilediği ileri sürülmektedir (Kang vd., 2013). Bu anlamda, tutum davranışın varsayılan sonuçlarını karakterize eden önceden öğrenme ya da deneyimle oluşan inançların bir işlevi olarak görülmektedir.

Tutum kavramı hakkında kavramsal ilk çalışmaları yapmış olan Allport (1935)' a göre tutum, “zihinsel veya sinirsel hazır olma durumu olarak, deneyimle organize edilmiş, bireyin tüm nesnelere ve durumlara verdiği cevaba yönelik dinamik bir etki gösterme” olarak görülmektedir. Bir kişinin davranışa karşı tutumu, bir kişinin belirli bir davranışını gerçekleştirme konusunda olumlu ya da olumsuz bir değerlendirmeye sahip olma derecesini belirtir (Ajzen, 1991).

Tutum, kişinin bir nesne, bir kişi ya da bir eylemi kendi bakış açılarıyla değerlendirmeleri olayıdır (Odabaşı, 2012). Bireyler, belirli bir davranışın sonuçlarını olumlu şekilde değerlendirdiğinde olumlu bir tutuma sahiptir ve bu durumda davranışları yerine getirmek için güçlü bir tavır takınmaları olasıdır (Ajzen, 1991). Bir birey inancın özelliklerini sonuç ile bağlantılı olduğunu fark ederek tutumları oluşturur. Tutumların davranışların ardındaki psikolojik özellikler olarak düşünüldüğünde ve sonradan edinildiği göz önünde bulundurulduğunda, ölçülmesinin birey ve toplum açısından ne kadar önemli olduğu açıktır (Tavşancıl, 2014).

Subjektif Normlar: Subjektif normlar belirli bir davranışı gerçekleştirmek veya başarmak için algılanan sosyal güç veya baskı olarak tanımlanmaktadır (Ajzen, 1991). Kişinin göstereceği davranışta, çevresinin veya sosyal grupların beklentileri de önemlidir (Eyler, 2016). Normalde, bireyler, belirli bir davranışı gerçekleştirirken (Cheng, Lam, ve Hsu, 2005) onları davranışa yönlendirenlerin görüşlerini (ör. arkadaşları, aileleri ve meslektaşları) düşünebilir. Subjektif normlar, bireylerin davranışının, kendileri için önemli sayılan kişiler tarafından nasıl değerlendirileceğine ilişkin normatif inançları içerir (Ajzen, 1991).

Subjektif normun “öğütleyici” ve “tanımlayıcı - davranışsal” normlar olmak üzere iki türü vardır. Öğütleyici normlar, başkalarının ne yapılmasını düşündüğüne yönelik algılardan oluşurken; davranışsal normlar, başkalarının davranışına yönelik algıları ifade etmektedir. Ayrıca subjektif norm iki farklı etkiye sahiptir. Bunlar bireyler arası ve dışsal etkilerdir. “Bireyler arası etki” arkadaşların, aile üyelerinin, iş arkadaşlarının ve birey için önemli olan diğer kişilerin etkileri iken, “dışsal etki” ise kitle iletişim araçları, raporlar, uzman görüşleri vb. diğer kişisel olmayan bilgilerdir. Bireylerin kararlarını verirken etrafındaki bireylerin fikirlerine çok fazla bağımlı kalmalarında “sosyal çevre”nin etkili olduğu veya bu tür davranışların “sürü davranışı” olarak tanımlandığı bilinmektedir (Loureiro ve Araujo, 2014). Örneğin, tüketicilerin, satın alma davranışlarının çevresel, sosyal ve ekonomik sonuçları hakkındaki bilgi

düzeylerinin düşük olması durumunda kendilerinden daha çok yakın çevrelerindeki kişilerin fikirlerine güven duydukları söylenebilir. Bu durumda, başkalarının düşüncelerini önemseyen tüketicilerin, öznel normları ve davranış niyetleri arasında güçlü bir ilişkinin olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Algılanan Davranış Kontrolü: Algılanan davranış kontrolü bir bireyin davranışsal başarısı için mevcut olan kaynaklara ve imkanlara işaret eder. Davranışsal kontrol, planlı davranış teorisinde davranış niyetleri üzerinde önemli bir rol oynamaktadır. Normal olarak, algılanan davranışsal kontrol, bir bireyin bir davranış gerçekleştirme kabiliyetine olan kendine güvenini de yansıtmaktadır. Araştırmacılar davranış kontrolünü temel faktör modelleme niyeti olarak algılamış ve karar verme sürecini etkiler kararına varmışlardır (Baker vd., 2007; Conner ve Abraham, 2001). Davranışı yürütmek için yeterli kaynakların ve fırsatların olması bir bireyin belirli bir davranış gösterme niyetinin gücünü belirler (Ajzen, 1991; Ajzen ve Madden, 1986). Bireyin kaynakları görüşleri (yani kontrol inançları) ve kaynaklardan elde edilen faydaların değerlendirilmesi (algılanan güç) algılanan davranış kontrolünün oluşturulmasında kritik faktörler olarak ölçülür (Taylor ve Todd, 1995).

Planlı Davranış Teorisi'ne dayanarak algılanan davranış kontrolü ve davranışsal niyeti birleştirmek davranışsal başarıyı tahmin etmek için doğrudan kullanılır. Sonuç olarak, tutum, öznel normlar ve algılanan davranış kontrolü, inanç kavramları ile öngörülebilir (Ajzen, 1991). Ajzen (1985, 1991) tarafından önerilen Planlı Davranış Teorisi, birçok araştırmacı tarafından insan niyetlerini anlamak için yararlı bir çerçeve olarak yaygın bir şekilde kabul edilmiştir ve daha sonraki çalışmalar bu yapılar arasındaki ilişkileri çeşitli bağlamlarda deneysel olarak test etmiştir (Ajzen, 1991; Han, Hsu ve Sheu, 2010).

Kim ve Han (2010) bu araştırmanı evre dostu tüketiciler davranışlarını açıklamada kritik öneme sahip olan çevresel endişeleri, algılanan müşteri etkinliğini ve çevreye duyarlı davranışları ekleyerek TPB'yi test etmek ve genişletmek için tasarlamıştır. Veriler 389 katılımcıdan anket yolu ile toplanmıştır. Yapısal eşitlik modellemesinden elde edilen bulgular, önerilen modelin verilere tatmin edici bir şekilde uyduğunu ve otel müşterilerinin niyetlerini orijinal TPB'den daha iyi tahmin ettiğini göstermiştir. Sonuçlar ayrıca, önceden belirlenmiş tüm niyet değişkenlerinin, yeşil bir otel için geleneksel otel fiyatlarını ödeme niyeti oluşturmaya önemli ölçüde katkıda bulunduğunu göstermiştir.

Kim ve Han (2010) gibi Chen ve Tung (2014) da evre dostu hotelleri ziyaret niyetini ölçmek için Planlı Davranış Teorisinden yararlanmışlardır. Bu alışma tüketicilerin yeşil otelleri ziyaret etme niyetini tahmin etmek için çevresel kaygı ve algılanan ahlaki zorunluluğu içeren genişletilmiş bir Planlı Davranış Teorisi (TPB) araştırma modeli geliştirmeyi amaçlamaktadır. Veriler Tayvan'da toplam 559 katılımcıdan toplanmıştır. Yapısal eşitlik modellemesinin (YEM) ampirik sonuçları, tüketicilerin çevresel kaygısının gerçekten de yeşil otellere karşı tutumları, öznel normlar ve algılanan davranış kontrolü üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Ahlaki zorunluluk, beklendiği gibi yeşil otelleri ziyaret etme niyetlerini etkilemektedir. Bu deneysel çalışmada elde edilen sonuçlara göre genişletilmiş TPB modelinin iyi bir açıklayıcı güce sahip olduğunu doğrulamaktadır.

Bu alışma çevresel açıdan sürdürülebilir turist davranışının ölçülmesini amaçlamaktadır. Bu çalışmanın sonuçlarına göre çevresel açıdan sürdürülebilir bir şekilde davranan turistlerin oranının tahmininde önemli farklılıklar olduğunu ortaya koymaktadır. Bu farklılıklar çevresel açıdan sürdürülebilir turist davranışının tanımına ve ankette kullanılan soru formatına göre farklılık göstermektedir. Örneğin kapalı uçlu sorularda katılımcının sosyal olarak arzulanın şekilde yanıt verme eğilimi göstermektedir.

Wang vd., (2018) yaptığı araştırmanın amacı planlı davranış teorisini temel alarak turistlerin sorumlu çevresel davranışsal niyetleri ile çevresel davranışları arasındaki ilişkini araştırmak için yapısal eşitlik modeli analizi kullanılmıştır. Sonuçlara göre turistlerin çevresel davranışlara ve öznel normlara yönelik tutumlarının çevreci davranış niyetini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Ek olarak, algılanan davranış kontrolleri çevreci davranış niyetini ve çevreci davranışı olumlu yönde etkilemektedir. Aynı zamanda çevreci niyet çevreci davranışı olumlu yönde etkilemektedir.

Pagheri vd., (2018), tutum, öznel normlar ve algılanan davranış kontrolünün yeşil otelleri önerme ve ziyaret etme niyeti üzerindeki etkilerini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Yapısal Eşitlik Modellemesi uygulanmıştır. Veriler Güney Kıbrıs'ta 260 turistten toplanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, tutum, öznel normlar hem davranışsal niyeti hem de başkalarına önerme niyetini olumlu yönde etkilemektedir. Algılanan davranış kontrolü ise davranışsal niyeti olumlu yönde etkilemekle beraber, başkalarına önerme niyetini etkilememektedir.

Jin vd., (2017) tarafından yapılan araştırma yapısal bir modelde algılanan "yavaş" değerlerin önceliklerini ve sonuçlarını incelemektedir - özellikle yavaş yiyecek arayan ve yavaş yaşamla ilgili program etkinliklerine katılan ziyaretçiler için özgünlüğün oynadığı rolü incelemektedir. Veriler Güney Kore'deki yavaş yaşam festivalinde katılımcılardan toplanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre yavaş yiyecek arama davranışının otantik deneyim üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ve her iki kavramın da etkinliğin "yavaş" değer algısını etkilediğini göstermektedir. Bu çalışma, yavaş yaşamla ilgili bir etkinliğin, ziyaretçilerin sakin yemek ve otantik deneyimlere sahne olan bir program tercihini dikkate alması gerektiğini önermektedir.

Heesup vd., (2017) yaptığı çalışmada, gezginlerin sürdürülebilir bir turizm faaliyeti biçimi olarak bisiklet turu için karar alma süreçlerini incelenmiştir. Planlı davranış teorisini (TPB), kişisel norm ve geçmiş davranışı yordayıcı olarak ve sürdürülemez

alternatiflerin çekiciliğini bir ortalayıcı değişken olarak kullanarak genişletilmiştir. Yapısal analizden elde edilen sonuçlar, tutum, öznel norm, algılanan davranışsal kontrol, kişisel norm ve niyeti birbirine bağlayan varsayımsal yolların desteklendiğini ve kişisel normun, öznel normun niyet üzerindeki etkisine önemli ölçüde aracılık ettiği tespit edilmiştir.

Heesup vd., (2018) yapmış olduğu çalışma, seyahat ederken genç turistlerin atık azaltma davranışlarını açıklamak için planlı davranış teorisini geliştirmeyi amaçlamıştır. Bu çalışma önerilen çerçevenin yararlılığını ve yeterliliğini kanıtlamıştır. Bulgular aynı zamanda yeşil imajın, çevre bilincinin ve beklenen hislerin dahil edilmesinin teorisinin öngörü gücünü arttırdığını göstermiştir. Sonuçlar ayrıca bu entegre değişkenlerin atık azaltma niyetlerinin artırılmasındaki önemli rolünü desteklemiştir. Tutum moderaör rolüne sahip olduğunu ve niyetleri belirlemede göreceli önemini desteklemiştir.

Heesup vd., (2018) tarafından yapılan çalışmanın amacı, Cittáslow bağlamında turistlerin karar alma süreçlerinde yer aidiyetinin rolünü incelemektir. Bu çalışma turistlerin tekrar ziyaret etme niyetini tahmin etmek için genişletilmiş bir Planlı Davranış Modeli geliştirmiştir. Veriler Güney Kore'de bir Cittáslow destinasyonu olan Cheongsando'daki turistlerden toplanmıştır. Bulgulara göre, yer aidiyetinin tutum, öznel norm, algılanan davranışsal kontrol ve davranışsal niyeti üzerinde önemli bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Ek olarak, bu araştırmanın sonuçlarına göre yer aidiyetinin PDT'nin öncülleri aracılığıyla davranışsal niyet üzerinde dolaylı bir etkisi de vardır.

Meng ve Choi (2016) çalışması, davranışsal niyetlerin oluşumunu açıklamak için otantik algıyı ve çevresel kaygıları içererek planlı davranış teorisini (TPB) genişletmeyi amaçlamıştır. Yapısal eşitlik modellemesi analizinin sonuçları, verilerin genişletilmiş modeli iyi bir şekilde ortaya koyduğunu ve yeni yapıların sakin turizm bağlamına dahil edilmesinin davranış niyetlerinin tahminini önemli ölçüde arttırdığını

ortaya koymuştur. Sonuçlar ayrıca tutumun, sübjektif normların, algılanan davranış kontrolünün ve otantik algının yavaş turizme katılma niyetini oluşturmaya önemli katkıda bulunduğunu göstermiştir. Ancak, evresel kaygı'larını davranışsal niyetlere olan etkisinin anlamsız olduğu tespit edilmiştir.

Grish ve Lee (2019) araştırmasının ana amacı otantiklik ile planlı davranış teorisi (TPB), yani tutum, öznel normlar, algılanan davranış kontrolü ve İşpanya'daki Camino de Santiago yürüyüşüne katılan hacıların davranışsal niyeti arasındaki ilişkileri açıklamaktır. Veriler 400 katılımcıdan toplanmıştır ve verilerin analizinde yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Sonuçlara göre, otantiklik ve tutum, öznel normlar ve algılanan davranış kontrolü arasındaki pozitif ilişkileri ortaya koymuştur. Tutum ve sübjektif normlar, davranışsal niyet ile pozitif ve anlamlı bir ilişki kurarken, algılanan davranışsal kontrol davranışsal niyet ile anlamsız bir ilişki göstermiştir. TPB yapılarının aracılık ettiği otantiklik, hacıların davranışsal niyetini olumlu yönde etkilemiştir.

2.5 Araştırma Alanı

Bu bölümde araştırmanın yapıldığı destinasyonlar hakkında kısa bilgiler verilmiştir.

2.5.1 Seferihisar

Seferihisar ilçesi topraklarında en eski yerlesim yeri Teos olup, buranın M.. 2000 yıllarında Akalardan kaçan Giritliler tarafından kurulduğu ve Karyalıların bir kenti olduğu bilinmektedir.Böylece yöreye 4000 yıldan bu yana yerleşildiği söylenebilir.

Seferihisar'ın kuruluşu hakkında birkaç tez bulunmaktadır.Bunlardan ilkinde göre;Seferihisar III.Pn Savaslari(Roma –Kartaca Savaslari)sirasinda Roma'ya yenilen Kartacali Anibal'ın,Suriye Selefkoslarına sığınmak üzere Anadolu'ya geçmesi

(M.Ö.150-146) üzerine Roma donanması'nın Teos önlerinde Myonnesos açıklarında Kartaca donanması ile savaşırken, Romalı General Tysaferin'in konaklama yeri olarak askerlerine inşa ettirdiği üs olarak kurulmuş ve Tysaferinopolis adı verilmiştir.

İkinci tez ise M.Ö.7.yüzyılda Anadolu toprakları üzerinden,Roma'ya göçen,Hind-Avrupa ırkından Etrüskler tarafından kurulduğuna aittir.Anadolu'ya geldiklerinde kıyılara yeterince yaklaşmak isteyen Etrüskler'in Seferihisar'i önce bir konaklama yeri olarak kurdukları,sonra büyük bir kısmının Teos ve Sığacık limanlarından yararlanarak İtalya'ya göçtükleri,bir kısmının ise burada kaldığı ve Seferihisar'in da M.Ö.5.Yüzyılda güçlü bir kent olduğu ileri sürülmektedir.

Seferihisar adının Romalı General Tysaferin'den geldiği, Selçuklulara kadar Tysaferin veya Tysaferinopolis olarak anıldığı,Anadolu'nun Türkleşmesi sırasında adına eklenen hisar kelimesiyle Tysaferinhisar'a dönüştüğü sanılmaktadır.Yüzyıllar boyunca kullanılan bu ad,bugün Seferihisar olarak karşımızdadır.

Seferihisar Türkiye'nin ilk sakin şehridir. Sakin şehir ünvanı aldıktan sonra Seferihisarda turizm gelişmeye başlamıştır. Bu Kültür ve Turizm bakanlığının istatistikleri ile de doğrulanıyor. Örneğin 2009 senesinde sakin şehir olmadan önce seferihisarı toplam 16,000 yabancı turist ziyaret etmiştir. İki sene sonra 2011 senesinde bu sayı 24000 e yükselmiştir. 2015 senesinde bu sayı 65000 e yükselmiştir.

Seferihisar'da çok sayıda cami, antik kent, su kemerleri gibi kültürel miras mevcuttur. Aşağıdaki tablo 2.3'de Seferihisardaki kültürel zenginlikler belirtilmiştir.

Tablo 2.3 Seferihisar Tarihi Zenginlikleri

Camiler ve Hamamlar	Çeşme-Anıt-SuKemerleri- Ilıcalar:	Antik Kent ve Sit Bölgeleri

Güçük Minare Cami	Şehitler Çeşmesi	Teos Antik Kenti
Hıdırlık Cami	Ulaş Köyü Şehitlik Anıtı	Lebedos Antik Kenti
Turabiye Cami	Su Kemeri(Beyler Köyü)	Karaköse Harabeleri
Ulu Cami	Cumalı Ilıcaları	Myonnesos Adası
Kasım Çelebi Cami		
Sığacık Cami ve Sığacık Mescidi		
Sığacık Hamamı		
Düzce Köyü Hamamı		
Ulaş Köyü Hmamı		
Kasım Çelebi Medresesi		

2.5.2 Akyaka

Osmanlı döneminde tahrir defterlerinde “Akâbâd ve Akova” olarak isimlendirilmiştir. Zaman içinde Akyaka adını almıştır. Gökova körfezinin kuzey-doğu köşesinde, sırtını Sakar tepesine güvenle yaslayan Akyaka beldesi, yaklaşık iki bin beş yüz yıllık bir geçmişi olan Antik İdyma kentine ev sahipliği yapıyor. Muğla İlinin Fethiye ve Kınık dışında kalan kısmı, antik çağlarda Karya adıyla bilinen bu bölgedir. Karya’nın bilinen tarihi, İyon’ların bölgeye yerleşmeleriyle başlar ve İdymos nehri kenarındaki İdyma olarak anılır. İdyma’nın yerleşim alanları arasında Akyaka, Akyaka’nın doğusundaki Kozlukuyu köyü, bu köyün Yazılıtaş ve İnşidibi mahalleleri ile Eski İskele mevkiinde bulunuyor. Kariyalılar burada da dağ yerleşimini tercih ederek, muhtemelen çevreyi ve denizi kontrol altına almışlardır.

Tarih boyunca doğal kaynakları, iklimi, coğrafyası ve elverişli yaşam koşulları ile insanoğluna kucak açan bu bölge, Kariyalılar’ın ardından birçok medeniyetin egemenliği altında kaldı. Dorlar, Lidyalıların ardından bölgeye Persler hakim oldu. İdyma daha sonra Atina’nın öncülüğünde “DELOS Deniz Birliği” tarafından yönetilen

kentler arasına girdi. M.Ö. 453-452 yıllarına ait birliğe katılım payları listelerinde İdyma ismi geçmektedir. Bu belgeler İdyma hakkındaki en eski tarihi belgelerdir.

2.5.3 Gökçeada

Gökçeada'nın ilk çağlardaki durumu hakkında fazla bilgi mevcut değildir. Bilgiler, Orta çağda başlamıştır. Ada 1204-1261 tarihleri arasında Latin İmparatorluğu'na tabi kalmıştır. Bizans İmparatorluğu'nun son zamanlarında bütünlüğünü koruyamaması üzerine, Cenevizli Gattilusio Ailesi diğer Ege Adalarında olduğu gibi, bu Ada üzerinde de hâkimiyet kurmaya gayret etmiştir. Bu aile o zamana kadar 1. Murat devrinden itibaren siyasi manevralarla Türkleri Ada'dan uzak tutmuştur. Fatih 1453 yılında İstanbul'u alıp, Bizans İmparatorluğu'na son vermesi ile imparatorlukla sıkı ilişkileri olan bu Latin Devletçiliğinin de sonu gelmiş oldu. Çeşitli nedenlerle göçlerin yaşandığı Gökçeada, çok değişken bir nüfusa sahip idi; Lozan Anlaşması neticesinde, 22 Eylül 1923'te Türkiye Cumhuriyeti topraklarına fiilen katılmıştır

Türkiye'nin en batı noktasında yer alan ve en büyük adası olan Gökçeada, nostaljik evleri, doğal yaşamı, organik ürünleri ve alternatif spor olanakları ile son yıllarda önemli bir turizm merkezi haline gelmiştir. 2002 yılından bu yana ada içerisinde gerçekleştirilen organik tarım faaliyetleri ile özellikle 2008 yılından bu yana gerçekleştirilen tarım turizmi uygulamaları sayesinde misafirlerine eşsiz bir doğal ortam sunan Gökçeada, 2011 yılı Haziran ayında almış olduğu Cittaslow ünvanı ile dünyanın ilk ve tek sakin adası olmuştur.

Ege denizindeki sörf sporu için en ideal noktalardan biri olan Gökçeada, özellikle son yıllarda çeşitli ulusal ve uluslar arası organizasyonlar ile adından sıkça söz ettirmektedir. Bozulmamış bir doğa, her adımda tarihin en hoş anları ve organik ürünlerle harmanlanmış, çok kültürlülüğün ahengini sonuna kadar duyumsayacağınız bir tatil için Gökçeada eşsiz bir seçenektir. Gökçeada özellikle İstanbul, Bursa ve İzmir

gibi metropollere yakınlığı ile ilgi odağı konumuna gelmiştir. Aşağıda Gökçeada en önemli turistik mekanlar hakkında kısa bilgiler verilmiştir.

Gökçeada Sualtı Parkı Türkiye'nin ilk ve tek sualtı parkı olma unvanına sahiptir. Türkiye Deniz Araştırmaları Vakfı (TÜDAV) tarafından 1999 yılında park ilan edilen alan, adanın kuzeydoğusunda, Kaleköy ve Kuzu Limanı arasında yer almaktadır. Kıyıdan 1 deniz mili uzunluğunda, denizden 200 metre açıklığında bir alanı kapsamaktadır. Yelkenkaya ile Çiftlik Koyu arasında yer alan, içerisinde su altı mağara girişleri de olan ve Akdeniz Foku dahil pek çok deniz canlısı için habitat olma özelliği taşımaktadır.

Gökçeada sualtı parkında çekirdek bölge ve bunu saran tampon bölge olmak üzere iki bölge bulunmaktadır. Bu bölgelerdeki aktivitelere bazı sınırlamalar getirilmiştir. Tampon bölge olan Yıldızkoy'da yüzmeye ve balık tutmaya izin verilmiştir. Diğer bölgelerde avlanmak yasak, dalış için izin almak gerekmektedir.

Marmaros, adanın kuzey kıyılarında denize girilebilecek nadir koylardandır. Buraya Dereköy'ü geçtikten hemen sonra sağa sapılan bir yoldan ulaşılmaktadır. 7 km. uzunluğundaki yol çam ormanlarının içinden geçtikten sonra denize ulaşılmaktadır. Burası taşlık, doğal bir plaj, denizi tertemizdir. Etrafında hiçbir yerleşim yeri bulunmamaktadır. Plaja varmadan önce sağdan girilen bir toprak yoldan bir saat yürüyüşle Marmaros Şelalesine ulaşılmaktadır. Kış ve bahar aylarında şelalenin suyu artmakta ve görülmeye değer olmaktadır.

Çamaşırhaneler ada geleneğinde önemli bir yere sahiptir. Geçmiş yıllarda, her köyün özel bir çamaşır yıkama günü olmakta ve kadınlar arasında aynı zamanda haberleşme ve yiyecek-içecek sunma günü olarak geçmekteydi. Anadolu'da "yunak" olarak da adlandırılan çamaşırhaneler, kadınların belirli günlerde toplanıp çamaşır yıkadıkları ve sonrasında kapılarını kapatarak yıkadıkları yapılarıdır.

Gökçeada'daki hemen her köyde birden çok çamaşırhane bulunmaktadır. Bunlar bir cephesi açık veya kapalı dikdörtgen planlı basit yapılardır. Geleneksel yığma taş duvarla inşa edilen yapıların üzerleri kiremit kaplı kırma çatılarla örtülüdür. İçerisinde yer alan çeşmeler, kazanlarda suların ısıtıldığı ocaklar, çamaşır yıkama tekneleri, sekiler, malzemelerin konduğu nişler ve suların atıldığı açık kanallar bu yapıların temel unsurlarıdır.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA KAPSAMINDA SAKİN EĞİLİMLİ TURİSTLERİN SAKİN DESTİNASYONU YENİDEN ZİYARET NİYETLERİNİN PLANLI DAVRANIŞ TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ

3.1 Araştırma Konusu

Artan tüketim ve talep sürdürülebilir düşünce ve davranışları, özellikle de sürdürülebilir pazarlamayı etkili bir şekilde teşvik etmiştir. Sürdürülebilir pazarlama günümüzde bir terim haline gelmekte, bireyler ve işletmeler tarafından çevreyi önemseme duygusunu ifade etmek için kullanılmaktadır (Soonthorsmai, 2007). Armstrong ve Kotler (2012)'e göre sürdürülebilir pazarlama, günümüzdeki müşterilerin ihtiyaç ve isteklerini karşılarken, gelecekteki ihtiyaç ve istekleri koruyan çevre ve sosyal açıdan sorumlu pazarlamadır. Martin ve J. Schouten (2012)'a göre sürdürülebilir pazarlama, çevresel ve sosyal yönleri göz önünde tutarak müşterilere değer üreten, iletişim kuran ve değer veren bir süreçtir. Beltz (2006)'a göre, sürdürülebilir pazarlamanın amacı müşteriyle olan ilişki, doğal çevre ve sosyal çevre arasındaki dengeyi sağlamaktır.

1960'lı yıllarda, turizm sektöründe ekonomik kalkınmaya önemli ölçüde katkıda bulunan kitlesel turizm, doğal çevreye ve topluma telafi edilemez hasarları da beraberinde getirmiştir (Spenceley, 2005). Günümüzde sürdürülebilir turizm, küresel ısınmayı, çevre kirliliğini ve önemli sosyo-ekonomik eşitsizlikleri gidermek için turizm sektöründe önemli rol üstlenmiştir (Kuhn, 2007). Geçmişte sürdürülebilirlik

madencilik, imalat gibi ağır sanayilere uygulanmıştır (Muhanna, 2008). Lakin yakın tarihli turizm gelişmeleri, sürdürülebilirliği turizm paydaşları arasında acil bir ihtiyaç haline getirmiştir (Frey ve George, 2010).

Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (WCED, 1987), sürdürülebilir kalkınmayı gelecek nesillerin ihtiyaçlarını tatmin etme kabiliyetinden ödün vermeden mevcut ihtiyaçlarının tatmin edilmesi olarak tanımlamıştır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 2005) turizm açısından bakıldığında sürdürülebilir kalkınmanın "mevcut turistlerin ve ev sahibi bölgelerin gereksinimlerini karşılayan ve gelecekteki refah için fırsatları koruyan ve artıran" bir turizm süreci olarak tanımlamıştır. Dünya Turizm Örgütü, sürdürülebilir turizmin amaçlarının çevreyi, doğal kaynakları, sakinlerin yerel kültürünü korumak olduğunu ve buna karşılık turistler, oteller, sakinler gibi turizm paydaşlarının ekonomik durumunu olumlu etkileyeceğini belirtmiştir (UN, 1987; UNEP ve UNWTO, 2005).

Sürdürülebilir turizm, yeni bir yaşam felsefesi olarak son zamanlarda araştırmacıların ilgisini çekmektedir (Meng ve Choi, 2016; Jackson ve Morpeth, 2000; Weaver, 2006). Araştırmacılar, turizmin sürdürülebilirliğini sağlamak için sorumlu turizm, ekoturizm, yoksul yanlısı turizm ve barış turizmi gibi alternatif modellerin geliştirilmesi çabalarını göstermişlerdir (Ceballos-Lascurain, 1991; Goodwin ve Francis, 2003; Middleton, 1998; Weeden, 2001). Sürdürülebilir turizmin bir parçası olarak, sakin turizm ve sakin şehir, son zamanlarda araştırmacıların ilgisini çekmektedir.

Yavaş gıda hareketlerinin yanı sıra, sakin turizm 1980'de İtalya'da başlamıştır. Sakin turizm, yerel kültürlerden zevk almayı, yerel halkla iletişim kurmayı ve yavaş seyahat ederken yerel ortama ayak uydurmayı amaçlamaktadır (Yurtseven ve Kaya, 2011). Sakin turizm, bilinçli zaman ayıran ve yerel ürünlerin toplu tüketiminden önce eğlenceler ve katılımlarla belirli bir yere bağlayan bir zihin takımına benzemektedir (Yurtseven ve Kaya, 2011).

Sakin turizmin özellikleri yavaş seyahat ve kendini yerel manzaraya kaptırmaktır (Dickinson ve Lumsdon, 2010; Dickinson, Lumsdon, ve Robbins, 2011). Slovenia'ya (2014) göre, yavaş etkinliklerin özellikleri zaman alıcı, yavaş yaşam temposu, birlikte yaşama, özgünlük, sürdürülebilirlik ve duygusallıktır. Pasif kitle turizmine kıyasla sakin turizm daha aktiftir. Ayrıca, kısa turlarla olabildiğince çok destinasyonu ziyaret etmeye çalışan kitle turizminden farklı olarak sakin turistler, yerel güzel kültürleri öğrenmek için yerel topluluğa oldukça ilgi duyarak küçük bir yerde daha fazla zaman harcamak ve daha derin bir keşif yapmak istemektedirler (Thomas, 2014).

Sakin turizm, alternatif turizm, eko-turizm ve sorumlu turizm gibi sürdürülebilir turizm modelleriyle ortak düşünceleri paylaşmaktadır. Bununla birlikte, alternatif turizm, kitle turizminin olumsuz etkisini gidermek için geliştirilen turizm modelidir (Smith ve Eadington, 1992). Sorumlu turizm yerel halkla iyi ilişkiler kurmak, yerel kültürü iyi anlamaya, geleneğe ve yerel halka saygıya yöneliktir (Lea, 1993). Thomas (2014), sakin turistlerin yerel sakinlerle ilişkiler kurmak ve zamanın kalitesini değerlendirebilmek için destinasyonda daha fazla zaman geçirdiğini belirtmektedir. SLOW'un Sürdürülebilirlik (Sustainable), Yerel (Local), Organik (Organic) ve Bütün'ün (Whole) bir kısaltması olduğunu vurgulamaktadır.

Sakin yemek (yerel gıda) (Long, 2013; Parasecoli ve Lima, 2012) yavaş ulaşım (tren, otobüs) (Dickinson ve Lumsdon, 2010) ve sakin yerler / şehirler sakin turizmin temel unsurlarıdır. Sakin şehirler, mevsimlerin değişmesini vurgulayan, vatandaşların sağlığına, ürünlerin ve yiyeceklerin organikliğine önem veren, büyüleyici zanaat geleneği ve değerli eserleri olan küçük alanlardır. İtalya'daki Orvieto ve Türkiye'deki Seferihisar gibi sakin şehirlerde yavaş ve sessiz bir yaşamın sevinciyle gittikçe daha fazla turist tarafından ziyaret edilmektedir (Cittaslow, 2017)

Dünya Turizm Örgütünün istatistiklerine göre 2016 senesinde sakin turizmin yıllık olarak % 10 oranında arttığını göstermektedir. Schlichter (2007), iyi gelişmiş ulaşım sistemi, tarihi yerleri ve müthiş kiralama hizmeti nedeniyle Avrupa'nın sakin turizm

için iyi bir seçim olduğunu belirtmektedir. Bunun dışında, Avustralya yavaş ve uzun zamanlı tren yolculuklarının beklenen destinasyonu olarak bilinmektedir.

En önemli turizm destinasyonlarından biri olan Türkiye'nin kültürü, doğası, misafirperver insanları, yemekleri, tarihi mirasları sakin turist pazarından büyük payalma olanağı sunmaktadır. Son yıllarda. Cittaslow hareketi Türkiye'de yaygınlaşmaktadır. Seferihisar, Gökçeada, Akyaka, Halfeti, Taraklı, Persembe, Vize, Yenipazar, Yalvaç, Şavşat, Uzundere, Göynük, Gerze, Eğirdir kasabaları Cittaslow hareketinin resmi üyeleridir. Türkiye'de sakin kentlerin yayılımı göz önünde bulundurulunca, sakin turizm ve turistik davranışları anlamak hayati önem taşımaktadır.

3.2 Araştırmanın Önemi

Sürdürülebilir turizmdeki, özellikle sakin turizmi ilgilendiren literatür, dünyada ve Türkiye'de eksiktir. Literatür taraması sonucunda, daha önce Türkiye'de sakin turist davranışlarını araştıran kapsamlı bir araştırmaya rastlanmamıştır. Araştırmaların çoğu tek destinasyonda yapılmış ve gastaronomi ile ilgilidir. Bu çalışma üç destinasyonda yapılmıştır ve sakin turistlerin davranışlarını ölçmek için model geliştirilmiştir.

Akademik olarak, bu çalışma, Planlı Davranış Teorisi (PDT), sakin turizm ve aynı zamanda turistlerin yeniden davranış sergileme sürecine içerik eklemiştir. Planlı davranış modelini geliştirmek ve onu sakin turizm çalışmalarında daha uygulanabilir kılmak için, tutumu, subjektif normları, algılanan davranış kontrolünü ve yeniden ziyaret niyetini etkileyen daha fazla nedensel faktörler üzerinde çalışılmıştır. PDT tarafından önerildiği gibi, turistlerin ilgilenim düzeyi, seyahat yaşam tarzı, çevresel kaygı ve kültürel ilgi gibi kişisel faktörlerin tutum, subjektif normlar, algılanan davranış kontrolü, memnuniyet ve yeniden niyet üzerindeki etkisi sakin turizm perspektifinden incelenecektir.

Araştırmacılar ve sektörde çalışanlar bu araştırmayı inceleyerek sakin turistlerin özelliklerini, ihtiyaçlarını ve isteklerini daha iyi anlayabilir ve sakin turistlerin destinasyonları yeniden ziyaret için uygun pazarlama taktiklerini oluşturmayı öğrenmesine yardımcı olacaktır. Bu çalışma, sakin turizmde post davranış (tekrar ziyaret), yinelenen ziyaretçilerin potansiyelini, tercihlerini belirlemeye ve Türkiye'de sakin turizm hedefine yönelik memnuniyetin ölçülmesine yardımcı olan bir çalışmadır.

Buna ek olarak, bu çalışma, hızlı yaşam tarzı etkisi içinde turizm destinasyon seçimi arasında sakin turizmin farkındalığını artırabilir. Sakin turizmin gelişmesi, kültür, tabiat ve kaynakların korunmasıyla Türkiye'de ekonomik büyümeye katkıda bulunmaktadır.

Türkiye'de Antalya, Bodrum, Fethiye, İstanbul gibi sadece bir kaç turizm destinasyonu yabancı ve yerel turistlerin arasında meşhurdur. Ancak Türklerin kültürü, tabiatı ve misafirperverliği, sakin turizm destinasyonlarının yabancı ve yerli turistlere tanıtmak için elverişli olanak sunmaktadır. Bu, küçük köylerde veya ilçelerde ekonomik duruma fayda sağlayacaktır. Ayrıca, Gökçeada, Akyaka, Halfeti gibi yerlerde sınırlı sayıda iş olanaklarının bulunması, gençleri İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük şehirleri iş bulmaya yönlendiriyor. Bu, büyük şehirlerde insanlar arasında psikolojik yükü ve stresi artırmaktadır. Yöredeki sakin turizmin gelişmesiyle, yukarıda bahsedilen birçok iş olanakları sağlanacaktır. Buda genç nüfusun kendi memleketlerinde çalışma olanaklarını iyileştirecektir. Sakin turizm ilkelerini benimseyen yerler, yabancı tedarikçilere finansal kaybı azaltabilir ve bu nedenle yerel halka daha fazla gelir ve istihdam yaratabilirler (Caffyn, 2012; Conway ve Timms, 2010).

Son zamanlarda, özellikle gelişmiş ülkelerin ekonomik açıdan daha muhafazakar davranması, gelişmekte olan ülkeler üzerinde baskı oluşturmuştur. Gelişmekte olan ülkelerden Arjantin, Güney Afrika, Endonezya, Türkiye gibi kırılgan ekonomiler bu

süreçte en fazla etkilenen ülkeler olmuştur (IMF, 2018). Birinci bölümde belirtildiği üzere turizm sektörü ekonomik gelişmelere en fazla katkı sağlayan sektörlerin başında geliyor.

Mevcut çalışmanın bulguları Türkiye'nin 2023 hedeflerine ulaşmasına yardımcı olacaktır. 2023 yılı hedefleri doğrultusunda Türkiye, elli milyon turist almayı ve 50 milyar ABD doları kazanmayı hedefliyor. Bu hedeflere ulaşmak Türkiye'nin cari açığının azalmasına ve ekonominin daha fazla esnek olmasına yarar sağlayacaktır. Hedef çeşitlendirmeden bu hedeflere ulaşmak, neredeyse imkansızdır. Sakin turizm bölgelerinin teşvik edilmesi, daha fazla turist çekmek ve onlardan daha fazla maddi gelir elde etmesini sağlayacaktır

3.3 Araştırmanın Problemi

Sakin turizm ve yavaş destinasyonlar turizm endüstrisinde ortaya çıkan bir niş pazar olarak düşünülmektedir ve yakın gelecekte daha da önemli bir rol oynayacaktır (Germann, 2009; Timms ve Conway, 2012). Literatür taramasına göre, kitle turizmine kıyasla, sakin turizmin önemine rağmen, özellikle sakin turistlerin özellikleri ve tercihleri üzerine sınırlı sayıda akademik çalışma bulunmaktadır. Literatür taramasına dayanarak, 20'den az akademik makale sakin turist davranışları üzerinde çalışmaktadır. Örneğin, Meng ve Choi (2016), sakin turistlerin niyetlerini oluşturmada otantikliğin rolünü araştırmak için sakin turist davranışları üzerinde çalışmalar yapmıştır. Meng ve Choi. (2016) otantik algıyı ve çevresel kaygıları araştırmış ve sakin turist karar verme sürecini etkilemiştir. Jung vd., (2015), festival özelliklerinin sakin turistlerin deneyim, memnuniyet düzeyi ve tekrar ziyaret etme üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Ancak araştırmalar, sakin turistlerin kişisel faktörlerinin davranışlardaki etkisini içermemektedir. Bu boşluğu doldurmak için, mevcut çalışma Türkiye'deki sakin turizm destinasyonlarına yönelik tutum, subjektif normlar,

algılanan davranış kontrolü, memnuniyet ve yeniden ziyaret niyeti gibi değişkenlere çevresel kaygı, yaşam tarzı ve kültürel ilgi gibi kişisel faktörlerin etkisini araştırmıştır.

Türkiye dünyada en çok turist alan ülkelerden biridir. Aşağıdaki tablo 3.1’de turist sayısına ve turizm gelirlerine göre ilk 10 ülke sıralanmıştır (UNWTO, 2019) Dünya turizm örgütünün istatistiklerine göre 2018 senesinde dünyada en fazla ziyaret edilen altıncı Ülke Türkiyedir. Ancak malesef turizm gelirleri açısından Türkiye ilk on ülke arasında yoktur. Bunun başlıca nedeni Türkiyenin uzun yıllardır uyguladığı her şey dahil kitlesel turizm stratejisidir. Bu strateji aynı zamanda Türkiye turizm sektörünü küresel turizm acentalarından asılı duruma düşürmektedir. Örneğin 2019 senesinde Thomas Cook acentasının batışı Türkiye turizmini olumsuz etkilemiştir. Bu araştırmada her şey dahil turizm seçeneğine alternatif olarak sürdürülebilir sakin turizmin önemine dikkat çekilmiştir.

Tablo 3.1: En Fazla Turistin Ziyaret Ettiği ve En Fazla Turizm Geliri Olan Ülkelerin Listesi

En Fazla Turistin Ziyaret Ettiği Ülkeler (Milyon)		En fazla Turizm Geliri olan Ülkeler (USD Milyar)	
Fransa	89	Amerika Birleşik Devletleri	214
İspanya	83	İspanya	74
Amerika Birleşik Devletleri	80	Fransa	67
Çin	63	Tayland	63
İtalya	62	Birleşik Krallık	52
Türkiye	46	İtalya	49
Meksika	41	Avustralya	45
Almanya	39	Almanya	43
Tayland	38	Japonya	41
Birleşik Krallık	36	Çin	40

Tekrar ziyaret olasılığı turizm sektörleri için çok önemlidir, ancak sakin turizmde tekrar ziyaret olasılığı bugüne kadar göz ardı edilmiştir. Tekrar ziyaret niyeti olasılığını inceleyerek, ilgili sektörün tekrar eden ziyaret tercihlerini öğrenmesine ve işi teşvik etmek ve tekrar eden ziyaretçiler cezbetmek için farklı kaynakların bulunmasına yardımcı olabilir.

Sürdürülebilir turizm ve / veya sakin turizm alanındaki akademik araştırmalar tek destinasyon üzerine çalışmalar olmuştur (Bill vd., 2017). Literatürde birden fazla destinasyonda yapılan araştırmalar mevcuttur, ama tek destinasyon üzerine yapılan araştırmalara kıyasla çok azdır. Ayrıca, sakin turizm ile ilgili çalışmaların çoğu gelişmiş ölkelere odaklanır, ancak literatür taramasına dayalı olarak, gelişmiş ve gelişmekte olan ölkelerdeki çalışmalar arasındaki farklılıklara tanık olmak yaygındır. Bununla birlikte, bu çalışmada ikiden fazla hedef destinasyon seçilmiş ve çalışma gelişmekte olan ölkeler Türkiye'de yapılmıştır.

3.4 Araştırmanın Amaçları

Araştırmanın amacı, Türkiye'yi ziyaret eden yerli ve yabancı sakin turistlerin yeniden ziyaret niyetini etkileyen evre bilincini, kültürel ilgini, seyahat yaşam tarzını, ilgilenimi, tutumu, subjektif normu, algılanan davranış kontrolünü, memnuniyeti açıklamak ve bu ilişkilere yönelik bir model geliştirmektir. Araştırmanın alt amaçları sosyo-demografik bilgiye dayalı sakin turistleri tanımlamak, ilgilenim, evre bilinci, kültürel ilgi ve yaşam tarzı gibi kişisel faktörlerin sakin turizm destinasyonuna yönelik tutum üzerindeki etkisini araştırmak, ilgilenim, evre bilinci, kültürel ilgi ve yaşam tarzı gibi kişisel faktörlerin subjektif norm üzerindeki etkisini araştırmak, ilgilenim, evre bilinci, kültürel ilgi ve yaşam tarzı gibi kişisel faktörlerin algılanan davranış kontrolü üzerindeki etkisini araştırmak, sakin turistlerin, yavaş destinasyona karşı tutumları ile, sakin turistlerin memnuniyet seviyesi ve yeniden ziyaret niyetleri arasındaki ilişkileri incelemek, sakin turistlerin, subjektif norm ile, sakin turistlerin memnuniyet seviyesi ve yeniden ziyaret niyetleri arasındaki ilişkileri incelemek ve sakin turistlerin, algılanan davranış kontrolü ile, sakin turistlerin memnuniyet seviyesi ve yeniden ziyaret niyetleri arasındaki ilişkileri incelemektir.

3.5 Araştırmanın Modeli ve Değişkenleri

Bu bölümde araştırma değişkenleri, ilgilenim, çevre bilinci, seyahat yaşam tarzı ve kültürel duyarlılık kavramları ile ilgili bölümler ve araştırmanın modeli yer almaktadır.

3.5.1 İlgilenim

İlgilenim konusu 1947 senesinde Sherif ve Cantril in sosyal psikoloji çalışmalarında, sonraki yıllarda ise tüketicilerin davranış ve tutumlarındaki değişiklikleri açıklama ve öngörme kabiliyeti nedeniyle, pazarlama ve tüketici davranışı alanlarında yapılan araştırmalarda (Zaickowsky 1985 ve Laurent ve Kapferer 1985) öne çıkan bir kavram olmuştur. Satın alma davranışı ve tüketicilerin karar verme sürecine (Mittal, 1989), bilgi arama ve işlemeye (Carneiro ve Crompton, 2009), marka bağlılığı (Michaelidou ve Dibb, 2008) ve ürün tanımlama gibi bir çok alandaki çalışmaları anlama ve öngörmeye katkıda bulunmuştur. İlgilenim kavramı turizm açısından da incelenmeye başlanmıştır (Xu, 2018, Chang ve Gibson, 2011, Carneiro ve Crompton, 2009).

Akademik araştırmalarda ilgilenim kavramı, ürün katılımı, tüketici katılımı, müşteri katılımı gibi terimlerle eş anlamlı kullanılmıştır. İlgilenim kavramını tanımlayan bir çok alternatif tanım mevcuttur. Bunlardan en yaygın olarak kullanılanlarından biri Zaichkowsky in (1994) tanımıdır. Zaichkowsky (1994)'e göre ilgilenim tüketicinin veya müşterinin bir nesneye, eyleme veya bir faaliyete atfettiği önem düzeyi, hevesi ve ilgisi olarak tanımlamıştır. Dong vd., (2015), müşteri ilgilenimini müşterinin ürün veya hizmet üretimi ve teslimatı için çaba, tercih, bilgi veya diğer girdilere katkı sağlama derecesi olarak tanımlamıştır. Odabaşı ve Barış'a (2010) göre ilgilenim, belirli bir durumda tüketicinin bir uyaran için hissettiği önem ve ilgi düzeyidir. Yukarıdaki tanımlardan da görüldüğü üzere ilgilenim bir ürüne, düşünceye, aktiviteye, karara, reklama karşı olabilir.

Genel olarak ilgilenimin bir kaç modeli vardır. Ancak bunlardan en yaygın olarak kullanılanı Houston ve Rothchild in (1978) kavramsal ve metodolojik bakış açıları modeli ve Zaichkowsky'in (1986) kavramsal ilgilenim modelidir. Houston ve Rothschild (1978) ilgilenimi üç gruba ayırmıştır; durumsal, kalıcı ve yanıt temelli ilgilenim. Daha sonra Laaksonen (1994), da ilgilenimi aşağı yukarı aynı üç gruba, yani; “bilişsel, bireysel ve yanıt temelli” ilgilenime ayırmıştır (Santos vd., 2014). Son zamanlarda yapılan çalışmalarda ise ilgilenimin “durumsal” ve “kalıcı” olmak üzere iki türü tanımlanmıştır. Durumsal ilgilenim, promosyon veya siyasi seçimler zamanları gibi belirli bir durumdan ortaya çıkan kısa süreli uyarılma anlamına gelirken (Sarabia-Sánchez, Rodríguez-Sánchez, ve Hyder, 2014), kalıcı ilgilenim ürün sınıfı ile ilgili genel ve kalıcı bir ilgini yansıtır (Laurent ve Kapferer, 1985; Ogbeide ve Bruwer, 2013).

İlgilenim kavramının standart tek bir ölçümü yoktur. O Class'a (2000) göre 1966 ve 2000 seneleri arasında ilgilenim kavramını ölçmek için 23 ölçek geliştirilmiştir. Bunlardan en sık kullanılanı Laurent Kapferer in Tüketici İlgilenim Profili ve Zaichkowsky'nin Kişisel ilgilenim envanteridir. Buna bakmayarak, ilgilenim kavramının ölçümüne karar verirken, kavramın tek boyutlu mu yoksa çok boyutlu yapı mı olduğundan asılıdır. Bazı araştırmacılara göre ilgilenim tek boyutlu, bazılarına göre ise çok boyutlu kavram olarak ölçülmelidir. İlgilenim çalışmalarında en yaygın kullanılan boyutlar önem, haz, ilgi, gösterge değeri, algılanan risk ve kendini ifade etmek olarak söylenebilir.

İlgilenim kavramının ölçümünde en sık kullanılan ölçeklerden biri Laurent ve Kapferer'in (1985) çok boyutlu ölçeğidir. Laurent ve Kapferer'e (1985) göre ilgilenimin önem, haz, gösterge değeri, risk olasılığı ve riskin önemi olarak beş farklı boyutu vardır. Çakır (2007)'e göre bu boyutlar aşağıdaki gibi özetlenebilir;

- Önem: Tüketicinin ürün, hizmet veya markaya duyduğu ilgiyi ve tüketici için anlam ve önemini anlatmaktadır.
- Haz: Ürünün, hizmetin veya markanın hedonik değerini, haz ve mutluluk sağlama özelliğini ifade etmektedir.
- Gösterge: Ürün, hizmet veya markanın gösterge değeri, tüketicinin kendini ifade etme derecesi olarak ifade edilir.
- Riskin önemi: Ürün hizmet veya marka konusunda yanlış bir satın alma kararının doğuracağı olumsuz sonuçların algılanan önemini ifade eder.
- Risk olasılığı: Bu boyut, ürün grubu veya marka konusunda yanlış bir seçim yapmaya ilişkin algılanan olasılık olarak açıklanmaktadır.

Laurent ve Kapfererin ölçeği, pazar segmentasyonunda, yüksek ve düşük ilgilenimli bölümleri tanımlamada vb. konularda pazarlama faaliyetleri açısından faydalanılabilecek bir yapıdır. İlgilenim sistematik olarak, davranışta beklenen değişikliğe yol açmayabilir. Bu durum, ilgilenimin boyutları ile ilgilidir. Bazı davranışlar, boyutlardan yalnızca bir kısmı ile ilgili olup, o boyutlar ile açıklanabilir (Laurent ve Kapferer, 1985).

Laurent ve Kapferer in (1985) aksine Zaickowsky ilgilenim kavramını tek boyutlu olarak ele almıştır. Zaickowsky in ölçeği tek boyutlu, 20 ifadeden oluşan 7 li likert derecelendirilmiş anlamsal farklandırma ölçeği kullanarak ölçümlemeye çalışmıştır. Ölçekte 20 adet sıfat çifti bulunmaktadır ve katılımcılardan her hangi bir marka veya ürün grubu için 20 sıfat çiftine 1-7 arasında bir puan verilmesi istenmektedir. (Çakır 2007: 166; Arslan ve Bakır 2010). Zaichkowsky'nin ölçeğinde maddelerin bir kısmının ilgilenimi değil, tutumu ölçtüğü ve yorumsal bir karışıklık yarattığı düşünülmektedir. Ölçeğe yapılan bir diğer eleştiri ise tek boyutlu olmasıdır (Çakır, 2007).

İlgilenim kavramı tüketici davranışlarını belirlemek için bir çok konularda

araştırmacıların dikkatini çekmiştir. Türkiye’de yapılan çalışmalarda kullanımı son derece sınırlıdır (Kandemir, vd., 2013). Türkiye’de yapılmış çalışmalarda ilgilenim ile sadakat arasındaki ilişki (Arslan ve Bakır, 2010, Çilingir ve Yıldız, 2010), üniversite öğrencilerinin moda giyim ürünlerine yönelik ilgilenimleri ile marka duyarlılığı arasındaki ilişki (Ersun ve Yıldırım, 2010), çevreyle dost ürün satınalma davranışında ilgilenimin rolü (Pınar, 2016) incelenmiştir.

3.5.1.1 İlgiilenim ve Turizm

Hizmet sektörü, özel olarak boş zaman ve turizm sektörü soyut olduğundan, satın alma zamanı belirsizliklerin artmasından (OECD, 2015), hizmet tüketimi zamanı hizmet sağlayıcıları ile turistler arasında olan etkileşim ve benzeri nedenlerden dolayı turistler satın alma kararı verirken önemli ölçüde zaman ve çaba sarf ediyorlar. Burdan yola çıkarak turizm sektörünün yüksek ilgiilenim talep eden sektör olduğu vurgulanabilir ve ilgiilenim kavramının turistik ürün satın alımında çok önemli role sahip olduğu vurgulanabilir (Seabra vd., 2016). Bu nedenlerden dolayı, ilgiilenim kavramı turizm pazarlaması alanındaki araştırmacıların dikkatini çekmiştir ve turizm ve turist çalışmalarında ele alınan bir konu haline gelmiştir (Xu vd., 2018, Carneiro ve Crompton, 2009; Dimanche vd., 1991, 1993; Dimanche ve Havitz, 1994; Gross ve Brown, 2008.)

Dimanche ve diğ. (1991)’a göre ilgiilenim turistik deneyimin en önemli bileşenlerinden biridir. Turizm alanındaki çalışmalarda ilgiilenim kavramının, turistik ürünler (Chang ve Gibson, 2011) destinasyon seçimi (Josiam, Smeaton ve Clements, 1999), spor turizm ilgiilenimi (Filo, vd., 2013), destinasyon imajı (Rodríguez-Molina, vd., 2015), yerel toplum ilgiilenimi (Y. Li ve Hunter, 2015), alışveriş ilgiilenimi (Sohn ve Lee, 2017) arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmak için araştırmalar yapılmıştır.

Turizm ile ilgili literatürde genel kabul görmüş ilgiilenim tanımı, algılanan kişisel alaka

düzeyi veya önemi üzerine odaklanan Zaichkowsky'nin (1985) tanımıdır. Bu çalışmaların sonuçları, katılım ve ürün değerlendirmesi, algılanan hizmet kalitesi, memnuniyet ve gelecekteki davranışların niyetleri arasındaki güçlü pozitif ilişkileri göstermektedir (Seabra vd., 2016). Diğer ilgilenim çalışmalarına paralel olarak, turizmde ilgilenim kavramı için en yaygın boyutlar önem, haz, ilgilenim, algılanan risk, risk olasılığı, gösterge değeridir.

Zaichkowskiye alternative olarak, Selin ve Howard (1988) turizm açısından ilgilenimi, “belirli bir zaman aralığında, bir dinlenme faaliyetini yapması ile ortaya çıkan, bireyin o rekriasyon faaliyetinden hoslanma ve kendini ifade etme düzeyine bağlı olarak, rekreasyon faaliyeti ile birey arasında oluşan bağ ve bireyin kendini rekreasyon faaliyeti ile tanımlaması olarak ifade etmektedirler”. Havitz ve Dimanche (1990)’a göre turistik açıdan ilgilenim birey ile rekreasyonel aktiviteler, turistik mekanlar arasındaki ilgi, motivasyon ve uyarılmadır. Ancak, Kim (2008) turizm endüstrisi açısından ilgilenimi, “bir tatil yöresine yönelik olarak, çeşitli davranışsal sonuçları olan, ilgi veya motivasyonel yoğunluk” olarak tanımlamıştır.

Selin ve Howard’a (1988) göre, bireylerin kendilerini turistik bir aktivite ile tanımlayabilmesi, bireyde turistik aktiviteye karşı ilgilenimin ortaya çıkması için çok önemlidir. Turistik aktivitelerin bireylerin değerleri ve benliği ile uyumlu olması, kendilerini turistik aktivite ile tanımlayabilmesini kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, Iwasaki ve Havitz (1998) turistlerin ilgileniminin değerler, tutumlar, motivasyon, ihtiyaçlar, ilk tercihler ve deneyimler gibi kişisel özelliklerden etkilendiğini belirtmiştir.

Gürsoy ve Gavcar (2003) ve Gross ve Brown (2006) çalışmalarında ilgilenimi turizm ve turist bakımından incelemişlerdir. Yazarlar, çalışmalarında Havitz ve Dimanche’nin (1997) yapmış olduğu ilgilenim tanımlamasını esas almışlardır.

Boş zaman ve turizm alanyazınında ilgilenimin alt boyutlarının neler olduğunu ve

ilgilenimin farklı boş zaman aktiviteleri ve turizm çeşitleri açısından ele alan çalışmalar mevcuttur. Örneğin, boş zaman ve turizmde ilgilenimin, McIntre (1989) ve McIntre ve Pigram'ın (1992) çalışmaları ile incelenmeye başlandığı söylenebilir. McIntre (1989) ve McIntre ve Pigram (1992) çalışmalarında Laurent ve Kapferer'i (1985) esas almış ve ilgilenimin çok boyutlu bir yapı olduğunu kabul etmişlerdir. Ancak, McIntre ve Pigram (1992) ilgilenim ölçeğinin boyut sayısında azaltmaya gitmişlerdir. Çalışmalarında ilgilenimi, "Çekicilik. "Yaşam Tarzına Yakınlık" ve Kendini İfade Etme/Kimlik Dışa Vurumu" alt boyutlarından oluşan bir yapı olarak incelemişlerdir.

İlgilenimin birçok bulguların öncülü olduğu ve birçok değişkeni etkilediği saptanmıştır. Örneğin, destinasyon memnuniyeti ve imajı (Lu, Chi ve Liu, 2015), turist sadakatı (Martin, Collado, ve Bosque, 2013, Prayag ve Ryan, 2012), turizm motivasyonu (Josiam vd., 1999), yeniden ziyaret niyeti (Altunel ve Erkut, 2015), çevresel davranışlar (Barber, 2010), bilgi arama davranışı (Carneiro ve Crompton, 2009). Bu araştırmalar, turistlerin ilgileniminin turizm ve boş zaman davranışlarını açıklayabildiğini ve onların ilgilenim düzeyindeki farklılıklarının farklı turist tercihleri ürettiğini kanıtlayabileceğini göstermektedir. Örneğin, ektrim sporlara karşı ilgilenim düzeyi yüksek turistler, destinasyon seçiminde ektrim aktivite imkanları sunan destinasyonlara ilgi duymaktadırlar. Ek olarak, Mathisen (2013), doğa ile daha fazla ilgilenen turistlerin doğal bir ortamda daha zevkli deneyimler yaşadıklarını tespit etmiştir.

3.5.2 Çevre Bilinci

Küresel ısınma, su kirliliği, hava kirliliği, tarım arazisi erozyonu vb. gibi çevre sorunları, çevreyi ve insan yaşamını tehlikeye atmaktadır (Chou vd., 2012; Hu vd., 2010). İnsan davranışları, bu çevresel sorunların ana çözümü olarak kabul edilmektedir. Paco ve Raposo (2009), bir kişinin doğal kaynaklar hakkındaki

farkındalığının çevresel kaygılar, tutumlar ve çevre dostu davranışlarla pozitif olarak ilişkili olduğunu öne sürmüştür.

Çevre bilinci, bireyin çevresel sorunlara ilişkin endişe ve olumsuz algılarıdır (Paco ve Raposo, 2009). Crosby, ve diğ. (1981) göre çevresel endişeler, çevrenin korunmasına yönelik güçlü tutumlardır. Önemli sayıda çalışma, bireylerin çevresel bilgi düzeyinin kişinin tutum ve günlük yaşamını etkilediğini belirlemiştir (Cheah ve Phau, 2011; Han, Hwang ve Woods, 2013; Paco ve Raposo, 2009).

Daha önceki araştırmalar, çevre bilinci ve satın alma davranışı arasındaki ilişki için güçlü bir ampirik destek üretememişti (ör. Zimmer, Stafford ve Stafford, 1994). Böyle bir bağlantının olmaması, çevresel bilginin yaygın olmadığı veya tüketicinin o sırada harekete hazır olmadığı gerçeğinden kaynaklanabilir. Bununla birlikte, çevresel sürdürülebilirlik kaygısı her geçen gün daha yaygınlaşmaktadır. Birçok tüketici doğal ortamdaki değişikliklere karşı daha hassas hale gelmiştir. Günümüzde daha fazla sayıda tüketici, güneş paneli çatıları, hibrid ve elektrikli arabalar gibi bazı çevre dostu ürünleri kullanarak doğal çevre üzerindeki olumsuz etkileri azaltmak için önlemler almaktadır. Büyük enerji şirketleri, rüzgar türbini, güneş panellerinden alternatif enerji üretiminin iyileştirilmesi için önemli kaynaklar ayırmışlardır.

Son zamanlardaki çevre bilinci ile ilgili pazarlama literatürü, çevreye duyarlı tüketicileri bölümlendiren (Burke vd., 2014), çevresel bilgi ile satın alma davranışı arasındaki bağlantıyı saptayan (Davari ve Strutton, 2014) sosyal etkinin çevre bilinci üzerindeki etkisini inceleyen araştırmalara odaklanmıştır. Davari ve Strutton (2014) çevre dostu tutumlar ve çevre dostu malların gerçek satın alımları arasında bir ilişki tespit etmişlerdir. Burke ve diğ. (2014), doğal çevreyi fark etmenin ve doğal çevre ile ilgilenmenin etik tüketimin ardındaki en önemli iki neden olduğunu öne sürmüştür. Ritter ve diğ (2015), motivasyonlar ile yeşil malların tüketimi arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Ritter vd., (2015) bulgularına göre, yeşil tüketim, bilgi, çevresel tutum, sosyal ortam ve çevre bilinci unsurları ile güçlü bir şekilde ilişkilidir.

Sürdürülebilir pazarlama ile ilgili araştırmalarda çevre bilinçli tüketicilerin bölümlendirilmesine de sıkça yer verilmiştir. Araştırmaların sonuçlarına göre çevre bilinci yüksek alıcılar daha eğitilmiş (Haws vd., 2014), kadın (Elliott, 2013) ve daha yüksek gelirlilerdir (Haws vd., 2014). Bazı çevresel ürün alıcıları sosyal statüden dolayı bu davranışı yapmaktadırlar (Griskevicius, Tybur ve Van den Bergh, 2010) ve daha fazla ödeme yapmaya isteklidirler (Royne vd., 2011). Bir sonraki bölümde çevre bilinci ve turizm ile ilgili bölüme yer verilmiştir.

3.5.2.1 Çevre Bilinci ve Turizm

Çevreye duyarlı davranış, sürdürülebilir turizmin en önemli göstergelerinden biridir. Bundan dolayı, turistlerin çevreci davranışının teşviki sürdürülebilir turizmin gelişimi açısından önkoşuldur. Imran vd.,'e göre paydaşların çevresel tutum ve davranışlarının turizm sürdürülebilirliği üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğuna işaret etmektedir. Wurzinger ve Johansson'un (2006) yaptığı araştırmaya göre, çevre bilinci yüksek olan turistler, ziyaret edilen yerlerin çevre sorunları hakkında daha fazla endişe duymaktadırlar.

Fridgen (1984) göre seyahat etmenin insan ve çevre arasındaki ilişkiden kaynaklandığından, turizm ve doğal çevrenin birbirinden ayrı düşünülemeyeceğini iddia etmiştir. Lin ve Yeh (2013) 'e göre, turizm değerinin (tourism value) en önemli kısmından biri doğal çevre ile bütünleşmektir. Doğal kaynaklar birçok turizm ürününün hayati bir parçasıdır. Turistik faaliyetler ve altyapısal gelişmeler çevresel sorunlara yol açan ekolojik değişimlere yol açmaktadır (Gibson, Kaplanidou, ve Kang, 2012). Bu nedenle, sürdürülebilir turizm gelişmeleri çevresel koruma içermelidir (Gibson vd., 2012). Turistlerin daha sürdürülebilir turizm türlerine gittikçe daha fazla ilgi duymaktadır ve bu nedenle turizmin doğal çevre üzerindeki etkisi konusunda çok sayıda akademik çalışma yapılmıştır (Song, Lee, Kang ve Boo, 2012).

Turistler, seyahat davranışlarının çevre sorunlarıyla güçlü bir şekilde ilişkilendirilebileceğini ve tutumlarını değiştirerek daha sorumlu olmaya başlayacağını bilincine varmaktadır. Bazıları çevre sürdürülebilirliğini destekleyen yaşam tarzı uygulamalarına katılmıştır (Ballantyne, Packer ve Falk, 2011). Pek çok turist, karbon emisyonları ve sürdürülebilir kalkınmaya önem vererek daha çevreci seçenekler arar ve çevre dostu faaliyetleri takip eder (Kim ve Han, 2010; Qi ve Hong, 2011). Çeşitli çevresel konular hakkında özel bilgi sahibi olan gezginler, çevre üzerindeki etkiyi azaltmak ve daha keyifli bir seyahat deneyimi yaşamak için özel önlemler alabilirler (McKercher ve Prideaux, 2011).

Turizm araştırmalarında, çevresel bilincin turistlerin çevreci davranışlara katılma niyetleri üzerinde bir etkisi olduğunu ortaya çıkarmıştır (Formica ve Uysal, 2002; Fairweather vd., 2005; Wurzinger ve Johansson, 2006; Mehmetoğlu, 2010). Çevreci olarak davranmak kişinin çevresel açıdan ilgilendiği anlamına gelmese de, yukarıdaki araştırmalar hem genel hem de turizm bağlamında değerler, tutumlar ve davranışlar arasında bağ olduğunu önermiştir.

Yung ve diğ. (2017)'e göre çevre bilinci yeniden ziyaret niyetini önemli derecede olumlu etkilemektedir. Turizm literatüründeki geçmiş araştırmalara göre, turistlerin davranışsal niyetinin, turistin çevresel bilincinin destinasyon imajına ne kadar iyi bağlı olduğunu (Mihalic, 2013), turistlerin yeniden ziyaret etme niyetini ve destinasyon imajı ile ilgili olumlu görüşlerinin paylaşma olasılığını ölçtüğünü göstermektedir (Hsu ve Crotts, 2006). Çok sayıda araştırma çevre bilinçli turistlerin sürdürülebilir turizmin olumlu imajlarını ağızdan ağıza başarılı bir şekilde destekleyebileceğini önermiştir (Zhang ve Lei, 2012).

Sakin turizm perspektifinden bakıldığında, mevcut literatür, yavaş beslenmenin, sakin şehirlerin ve yavaş aktivitelerin yeşil ilkeler altında geliştirildiğini göstermektedir (Cittaslow, 2014; Dickinson ve Lumsdon, 2010; Slow Travel, 2014). Örneğin, hız,

manzaraların, doğal ortamların tadını çıkarmalarını engellediklerinden dolayı, yavaş aktiviteler turistleri feribotların, yerel otobüslerin ve diğer küçük ölçekli taşımacılığın tadını çıkarmalarına yönlendirmektedir (Gardner, 2009). Bu nedenle, sakin turistler çevre tehditlerine daha fazla aşına olduklarından ve yeşil davranışların daha fazla takdir edilmesinden dolayı, az doğal kaynak girdisi gerektiren ve organik yiyecekler sunan bir seyahat tercih edilen bir seçenek haline gelecektir. Bu nedenle, daha fazla çevresel kaygıya sahip turistler, sakin turizm hedefini seçmek için daha istekli olacaklar. Tüketimle ilişkili çevre sorunlarına karşı artan ilgi olduğu için, turizm-tüketici davranışında çevresel kaygıların rolünü incelemek için daha fazla araştırma çalışması gerekmektedir.

3.5.3 Kültür

Kültür ile ilgili literatürde çok sayıda alternatif tanım mevcuttur. Aşağıdaki paragraflarda kültürün farklı açılardan tanımlarına yer verilmiştir.

Kültürü ilk tanımlayan Tylor'a göre (1871) kültür, “toplumun bir üyesi olarak insanın edindiği bilgi, inanç, sanat, ahlak, hukuk, gelenek ve diğer yetenek ve alışkanlıkları içeren karmaşık bir bütündür”. Bose (1929)’a göre kültür, insanın yaşam aktivitelerinin kristalize edilmiş bir aşamasıdır. Belirli nesneler ve kurumlarla ilişkilendirildiği gibi belirli eylem biçimlerini, ayrıca bazı maddi nesneler ve teknikleri içerir. Ek olarak, konuşma sembolleriyle aktarılan zihinsel imgeler sayesinde bir kişiden diğerine aktarılabilir alışılmış zihin tutumlarıdır.

İnançlar, düşünce sistemleri, sanat, yaşam tarzı, gelenekler ve sosyal olarak düzenli davranış tarzları da kültür olarak adlandırılır. Bu şekilde tanımlanmış olan kültür, insanlar arasındaki ilişkide gelişen veya bir sosyal gruptan öğrenilen tüm etkinlikleri içerir, ancak önceden tanımlanmış nitelikte olan belirli miras davranış biçimlerini hariç tutmaktadır (Hiller, 1933).

Kültür, insan ırkı tarafından geliştirilen ve nesilden nesile başarılı bir şekilde geçen tüm geleneksel davranış kompleksi anlamına gelir. Belirli bir toplumun, bir grup topluluğun, ırkın, alanın veya bir zaman diliminin karakteristiği olan geleneksel davranış biçimleri olarak tanımlanmaktadır (Mead, 1937). Alternatif olarak Steward (1950) kültürü, belirli toplumlarda bir nesilde diğerine toplumsal olarak aktarılan ve bir toplumdan diğerine yayılabilen öğrenilmiş davranış biçimleri olarak tanımlamaktadır.

Daha yakın bir perspektiften bakıldığında, “Kültür nesiller boyunca bireysel ve grup çalışması yoluyla bir grup insan tarafından edinilen biriken bilgi birikimi, deneyim, inançlar, değerler, tutumlar, anlamlar, hiyerarşiler, din, zaman, roller, mekansal ilişkiler, evren kavramları, maddi ve manevi nesnelerdir” (Hofstede, 1997). Bir sonraki bölümde kültür ve turizmden bahs edilmiştir.

3.5.3.1 Kültür ve Turizm

Yeni kültürleri keşf etmek, seyahat için başlıca motivasyonlardan biridir. Kaldıkları sürenin bir parçası olarak bir kültürel ziyarete veya etkinliğe katılan gezginler kültürel turist olarak kabul edilir ve toplam turistlerin yüzde 40’ı bu kategoriye ait edilmektedir.

Turizm ve kültür arasındaki sayısız bağlantı, kapsayıcı ve sürdürülebilir kalkınmayı hızlandırabilir. Kültürel turizmin sosyal bir fenomen olarak ortaya çıkması ikinci Dünya Savaşı sonrası eğlence seyahatlerinde artışa dayanmaktadır ve bu artış Avrupa’da parçalanmış ekonomileri yeniden inşa etmenin yanı sıra kültürel anlayışı arttırmaya da yardımcı olmuştur.

Kültürel turizme olan ilgi, 1980'lerde ve 1990'larda “miras patlaması” (heritage boom) nın etkisiyle (Hewison, 1987), ve uluslararası ve yerel seyahatlerin büyümesi ve kültürel turizmin ekonomiyi teşvik edecek ve kültürün korunmasına yardımcı olacak bir “iyi” turizm şekli olarak tanımlanmasıyla (Richards, 2001) büyümeye devam etmiştir. 1990'lardan kültür turizm niş pazardan kitlesel pazara dönüşmüştür.

Kültür turizminin öneminin artması Dünya Turizm Örgütünde dikkatini çekmektedir. Dünya Turizm Örgütünün “Turizm ve Kültür Sinerjisi” (2018) raporuna göre toplam turistlerin %39'u diğer kültürlerle duyulan ilgi sebebi ile seyahat etmektedir. Dünya Turizm Örgütüne üye olan ülkelerin turizm yetkilileri kültür turizminin pazarlanması en önemli turizm stratejilerinden olduğunu belirtmişlerdir.

Kültürel turizmin bir çok alternatif tanımı mevcuttur. Lord (1999)'a göre turistlerin destinasyonların tarihini, kültürünü, geleneklerini öğrenmek amacıyla yaptıkları ziyaretlere kültürel turizm denir. Dünya Turizm Örgütü (2017) kültür turizmini turistlerin temel motivasyonunun destinasyondaki somut ve maddi olmayan kültürel cazibe merkezlerini / ürünlerini öğrenmek, keşfetmek, deneyimlemek ve tüketmek olduğu bir turizm etkinliğidir şeklinde tanımlamıştır. Bu ilgi çekici yerler / ürünler, bir toplumun kendine özgü maddi, entelektüel, manevi ve duygusal özellikleriyle ilgilidir ve sanat, mimari, tarihi/kültürel mirası, mutfak mirasını, edebiyatı, müziği, yaratıcı endüstrileri, yaşam tarzlarını, değer sistemlerini, inançlarını ve geleneklerini kapsamaktadır.

Ekonomik açıdan bakıldığında turizm kaynaklı gelirlerin dünyadaki zengin kültürel mirası korumak için önemli fırsatlar ve onların korunmasına katkı sunmaktadır. Kültüre gelince, turizm yoluyla sosyo-ekonomik faydalar elde etmenin yenilikçi yollarını sunmaktadır. Artal-Tur, Briones-Peñalver ve Villena-Navarro (2018)'e göre kültürel etkinliklerin İspanya'ya uzun mesafeli ve ilk kez gelen ziyaretçilerin çekilmesinde en önemli rolü üstlenmektedir. Kültüre ilgi duyan turistler ayrıca diğer

uluslararası turistlerden daha fazla harcama eğilimindedirler ve İspanyol Müzeleri desteklemede önemli bir rol oynamaktadırlar (Ponferrada, 2015).

Bu faydalar sadece ekonomik değildir aynı zamanda kültür turizmi, kültürel turizmin kalbinde yer alır ve ziyaretçiler ve toplum için daha geniş deneyimsel ve eğitimsel faydalar sağlamaktadır. Turizm ve müzik, sahne sanatları, tasarım ve mutfak gibi diğer yaratıcı endüstriler arasındaki bağlantıları güçlendirmek için yeni fırsatlar var. Son zamanlarda, gıda turizminin artan önemine, aynı zamanda çağdaş kültürün kentsel dönüşüm ve turizme bağlı yenilenmeye olan rolüne de büyük önem verilmiştir.

Turist açısından bakıldığında Richards (1996)'a göre kültürel ilgi seviyesine göre turistler iki kategoriye ayrılır. Bunlar genel ve spesifik kültür turistleridir. Adındanda belli olduğu üzere genel kültür turistleri genel bir tatil deneyiminin parçası olarak kültürü tüketiyor, spesifik kültür turistlerin ana seyahat amacı ise farklı kültürlere olan ilgidir.

Sürdürülebilir turizm ve kültür arasındaki bağlantıların desteklenmesi “Kültür turizmi” nin sürdürülebilir kalkınma için bir araç olarak konumlandırılması için, hem somut hem de soyut kültürel mirasın korunması ve teşvik edilmesini ve turizmin yaşama, çağdaş kültüre ve yaratıcı endüstrilere ilişkilendirilmesini gerektirmektedir.

Yerel topluluklar ve ziyaretçiler arasında kültürel alışverişi teşvik etmek için bir hedef gerektirmektedir. “Kültür turizmi” desteklemek için, kültür ve turizm politikaları arasında daha fazla bütünleşmeyi ve topluluklar, ülkeler, bölgeler ve dünyadaki tüm düzeylerde planlama yapmayı gerektirmektedir. Bu, ulusal, bölgesel ve uluslararası düzeylerde turizmi ve kültürü birbirine bağlayan işbirlikçi yapılar, ağlar ve programlar oluşturarak ulaşılabilir. Kültür turizminin mevcut etkisini ve potansiyel kapsamını daha iyi anlamak için daha fazla araştırma ve bilgi paylaşımı gerektirmektedir.

Sonuç olarak, kültürel mirası korumak ve teşvik etmek için stratejiler tamamlayıcı olmalıdır. Kültürel mirasa olan ilgiyi çekmek ve aynı zamanda korumak, hassas

pazarlama faaliyetleri ile mümkündür. Azınlıklar ve yerli halk da dahil olmak üzere yerel toplulukların turizm faaliyetlerine katılımı, onların kültürel miraslarının korunması konusundaki kaygılarının turizm planlaması ve yönetiminin tüm yönlerine yansıtılması açısından önemlidir.

3.5.4 Yaşam Tarzı

Tüketici davranışlarının eğilimini araştırmak ve davranışa etki eden faktörleri belirlemek için, bilim adamları bir kaç model geliştirmiştir. Bu modellerin en yaygın olarak kullanılanı Howard ve Sheth (1969) ve Engel ve diğ. (1978) geliştirdiği modellerdir. Howard ve Sheth (1969) modelinde davranış kültür ve kültürel değerler açısından açıklamağa çalışmıştır. Ancak Engel ve diğ. (1978) kültür ile yavaş birçok değişkenin (çevre, değerler, kişisel özellikler, yaşam tarzı) davranış etkilediğini vurgulamıştır. Ancak her iki araştırmacı, yaşam tarzının davranışa etkisinin olduğunu vurgulamıştır. Bundan dolayıdırki, davranışdaki farklılıkları ortaya koymak için yaşam tarzı kavramının modele dahil edilmesi önem ifade etmektedir.

Yaşam tarzı kavramı farklı yönleri sahiptir ve alt kültür, psikoloji, pazarlama, coğrafi dağılımlar, turizm, sosyoloji, tüketici kültürü vb. disiplinler tarafından ele alınmıştır (Dmytrakova, 2010) . 1963 yılında William Lazer yaşam tarzını pazarlama ile ilişkilendirmiştir ve 1970li yıllarda yaşam tarzı kavramının ölçümü ve tüketici davranışlarına etkisi saptanmıştır. Tüketicilerin davranışlarını anlamak, onların tutumlarını incelemek için yapılan araştırmalarda en çok kullanılan psikografik değişkenlerden biri olarak akademisyenlerin dikkatini çekmiştir. Yaşam tarzı değişkeni hedef pazar belirlemede, pazar bölümlenmede, tüketici davranışlarını ön görmede ve reklam planlamasında çok önemli bir yere sahiptir (Plummer, 1974, Ham, 2013, Kucukemiroglu vd., 2006)

Feldman ve Thielbar (1975)'e göre, yaşam tarzı kavramının üç önemli yönü vardır.

Bunlar yaşam tarzı bir grup olgusudur, yaşam tarzı, yaşamın birçok yönünü etkiler ve yaşam tarzı, merkezi yaşamın ilgi alanlarını ifade eder.

Bourdieu (1990), alışkanlık kavramını yaşam tarzı ve zevkle ilgili olarak ele almıştır. Bourdieu'nun bakış açısına göre, tüketiciler pratik mantığa göre davranış sergilemekte ve ekonomi ve kültür sermayesi karar almalarında önemli bir rol oynamaktadır. Bireyler geçmiş hatıraları taşır, biriktirir ve yaptıkları seçimlerle yaşam tarzlarını sergiler; bu nedenle otomobil modeli, giyim markası, seyahat şekli ve yiyecek türü seçimleri ile yaşam tarzını tezahür ettirmektedir.

Yaşam tarzı kavramının literatürde bir çok alternative tanımı mevcuttur. Kotler ve Keller'e (2012) göre, yaşam tarzı bireylerin yaşam şeklidir. Yaşam tarzı kavramı, bireylerin para ve zamanlarını harcadıkları faaliyetlerini, ilgi alanlarını ve fikirlerini yansıtan yaşayış şekli olarak tanımlanmaktadır (Blackwell vd., 2001). Nina ve diğ'a. (2016) göre yaşam tarzı, bireylerin düşünceleri, yaptıkları aktiviteleri ve ilgilerinin şekillendirdiği yaşam biçimidir. Plummer (1974)'a göre yaşam tarzı değişkeni, insanların faaliyetlerini: zamanlarını nasıl harcadıklarına göre, ilgilerine göre ve kendileri ve etraflarındaki dünyayla ilgili görüşlerine göre ölçek. Yaşam tarzı bölümlendirmesi bireyleri yaşam biçimlerine göre sınıflandırır ve her sınıf farklı bir yaşam biçimini ifade etmektedir (Plummer, 1974).

Pazarlama literatüründe yaşam tarzını ölçmek için bir çok ölçek geliştirilmiştir örneğin, Aktiviteler, İlgi, ve Düşünce (AIO), Değerler listesi (LOV), Schwartz Değer Sistemi (SVS), Değer ve Yaşam Tazrı (VALS). Bunlardan en sık kullanılanı değerler ve yaşam tarzı ölçeğidir. Ölçek Amerikan tüketicileri üzerinde test edildiğinden bazı araştırmacılar tarafından eleştirilmiştir. En güncel VALS ölçeği Amerikan tüketicilerini sekiz bölüme bölmüştür. Bunlar:

Yenilikçiler: Bu insanlar araştırmacı, sofistike, başarılı ve kendileri ile ilgilenen eğitilmiş kişilerdir. Bol kaynaklara sahiptirler ve yeni fikirleri / teknolojiyi takip eden

üç ana motivasyonun (idealler, başarı ve kendini ifade etme) sergilediklerini göstermektedir. Bu segmentten olan insanlar aktif müşteridirler ve üst sosyal sınıfların ürünlerini satın alıyorlar. İmge, güç ve heykel kişiliğinin göstergesidir. Çok çeşitli hobileri var ve değişime açıktırlar.

Düşünürler: İdeallerin motive ettiği insanlardır. Olgun, rahat, sorumlu, bilgiye önem veren ve kendine güvenen insanlardır. Bir karar vermeden önce çoğu yüksek eğitim seviyesine ve araştırmaya sahiptirler. Güncel haberlere ve kendilerini geliştirmeye meraklıdır. Gelirleri bile birçok seçeneğe izin vermekte; muhafazakar yapıya sahiptirler. İşlevsellik, uzun ömür ve fiyat onlar için önemli faktörlerdir.

Kazananlar: Başarı arzusu ile motive olan insanlardır. Genel olarak kariyerlerine, çalışma ortamlarına odaklanırlar ve hayatlarını kontrol etme eğilimindedirler. Muhafazakar ve mevcut otoriteye saygılıdır. Prestijli ürünler ve servisler başarılarını göstermeleri için önemlidir. Bu yüzden imajlarını önemsemektedirler.

Deneyimciler: Kendini ifade etmenin motive ettiği insanlardır. Heyecan, olağanüstü ve yenilikçi ürünler arayan genç, coşkulu ve asi tüketicidirler. Fikir ve heyecanlar geçicidir ve zaman zaman değişebilir. Faaliyetlerinin çoğu spor, eğlence ve sosyal etkinliklerle düzenlenmiş ve paralarını çoğunlukla hazır giyim, müzik ve sinema için harcamaktadırlar.

İnananlar: Düşünürler gibi idealler tarafından motive edilmişlerdir. İnananlar geleneklerine bağlı muhafazakar ve geleneksel insanlardır. Aileler, din, toplum ve sosyal kurallar onlar için ithal edilmektedir. Onlar hayatlarını ailelerine yakın geçiren dindar insanlar. Sınırlı gelirleri vardır. Ulusal ve tanınmış ürünleri tercih etmektedirler.

Görevliler: Görevliler, başarı ile motive olmuş insanları seven, moda uygun ve eğlencelidirler. Arzularını karşılayacak kadar paraları yok, bu yüzden para onlar için başarı anlamına gelmektedir. Aktif tüketiciler çünkü alışveriş hem sosyal bir aktivite

hem de akranlarına satın alma yeteneklerini gösterme fırsatı sağlamaktadır.

Yapımcılar: Onlar, deneyimciler gibi kendini ifade etme yoluyla motive edilirler. Ev inşa etmek, çocuk yetiştirmek, araba tamir etmek, manken yapmak, el işi yapmak, sebze yetiştirmek gibi işlerle uğraşarak kendilerini ifade etmektedirler. Yapımcılar politik olarak muhafazakar ve yeni fikirlerden ve büyük kurumlardan şüphelenmektedirler. Devletin otoritesine saygılıdır ve lüks ürünler yerine pratik ve fonksiyonel ürünler kullanmaktadırlar.

Hayatta Kalanlar (Mücadeleciler): Sıkı sosyal bağlantıları olmayan, fakir, düşük eğitilmiş ve vasıfsız insanlardır. Bilinenleri konusunda kendilerini rahat hissetmektedirler ve güvenlik ve güvenliği öncelikli olarak ele almaktadırlar. Güçlü bir birincil motivasyon göstermemekte ve temkinli müşterilerdir. Savaşçılar özellikle indirimli bir fiyattan satın alma fırsatına sahiplerse favori markalara bağlıdır.

Bireylerin yaşam tarzı bir spesifik davranış alanından diğer davranış alanına farklılık gösterebilmektedir. Örneğin, bireyin yiyecek yaşam tarzı ile giyim yaşam tarzı farklı olabilir. Spesifik alana özgü yaşam tarzı ile ilgili çok kısıtlı araştırma mevcuttur. Bu çalışmada yaşam tarzı kavramı spesifik olarak seyahat yaşam tarzı açısından araştırılacaktır.

3.5.4.1 Turizm ve Seyahat Yaşam Tarzı

Sağlık bilimi ve sosyoloji ile karşılaştırıldığında, turizm araştırmalarında yaşam tarzı çalışmaları sınırlı kalmıştır. Turizm sektöründe artan rekabet ile birlikte yabancı turistlerin yaşam tarzlarını tanımlamak doğru hedef pazar belirleme açısından büyük önem taşımaktadır (Srihadi, Sukandar ve Soehadi, 2016). Sirakaya ve Woodside (2005)'e göre, yaşam tarzı kavramı karar verme sürecini etkileyen en önemli

faktörlerden biridir. Turizm alanı ile ilgili seyahat yaşam tarzı ile ilgili çalışmalara 1980 senesinde Solomon tarafından yapılan araştırma öncülük etmektedir.

Solomon'a göre yaşam tarzını "bireyin üç ana role (bir hane üyesi, bir işçi / eğlence tüketicisi ve mevcut kısıtlı kaynaklar) yönelik oryantasyonuna uyan davranış biçimi olarak tanımlamıştır. Ek olarak Solomon'a göre her birey kendi yaşam tarzı seçimini yapmaktadı. Solomon' a ek olarak, Kitamura'nın (1988) çalışmaları da turizm çalışmalarında yaşam tarzı değişkenine yer verilmesine neden olmuştur. Kitamura (1988) yaşam tarzını aktivite/zaman kullanımı ve değerler/davranış olmak üzere iki farklı anlama ayırmıştır. Bu iki anlamın bir birile ilişkili olduğunu ancak aralarında önemli farklılıklarında olduğunu belirtmiştir. Kitamura'ya (1988) göre zaman kullanımı ve aktivite seçimi açısından bakıldığında yaşam tarzı duruma göre kısa vadede değişiklik gösterebilir. Ancak değerler ve davranışlar açısından bakıldığında yaşam tarzında değişiklik sadece uzun zamanda mümkün olabilmektedir.

Seyahat davranışındaki tercihler kişisel yaşam tarzının bir parçasıdır ve insanların neden ve nasıl seyahat ettiklerini etkileyebilmektedir (Joseph vd., 2009). Bu nedenle yaşam tarzı kavramının turistlerin destinasyon seçimini, yemek seçimini, hotel seçimini, destinasyondaki aktivite seçimini etkilemesi muhtemeldir. Örneğin, Etzel ve Wahlers'e (1985) göre, turistlerin iş yerlerinde, sosyal yaşamda ve diğer zamanlarda yapılan aktivitelerin tatil aktivite tercihlerini etkilemektedir.

Yaşam tarzı segmentasyonu sadece turizm pazarlaması açısından değil, aynı zamanda davranışı öngörmede çok önem arz etmektedir. Zins (1998), yaşam tarzı değişkenini değerler, seyahat tarzı ve faydaları ile bütünleştirerek tüketicilerin otel seçim eğilimini incelemiş ve dört psikografik değişkenin de otel seçimi üzerinde hem doğrudan hem de dolaylı etkiler yarattığını bulmuştur. Ayrıca, Chandler (2004), yaşam tarzı ve kişisel değerler kavramına dayanarak, Kuzey Carolina'daki kültürel miras turizm merkezlerindeki ziyaretçi profillerini karşılaştırmış ve miras turistlerinin yaşam tarzı

ve etkinlik tercihleriyle ilgili olarak hem homojen hem de heterojen özelliklerini tanımlamıştır.

Turizm araştırmaları açısından yaşam tarzı araştırmalarını gerçekleştirmede ikifarklı yaklaşım olduğu vurgulanmaktadır. Bunlardan ilki turistlerin genel yaşam tarzına dayanarak, ikincisi ise spesifik tüketim alanlarına ilişkin yaşam tarzlarına dayanarak pazarı bölümlendirmekdir (Gonzalez ve Bello, 2002). Genel yaşam tarzının, kişilerin hayatının neredeyse tüm yönlerini kapsayan aktivite, ilgi ve düşüncelerini ölçtüğü ve bu ölçeklerin yüzlerce sorudan oluştuğu ifade edilmektedir. Bu tarz araştırmaların, spesifik tüketim alanlarını ölçmek için çok genel kaldığı ifade edilmektedir (Gonzalez ve Bello, 2002; Fang ve Lee, 2009). Spesifik tüketim alanına ilişkin yaşam tarzına dayanarak gerçekleştirilen bölümlendirme çalışmalarının spesifik tüketim alanlarına ilişkin soruları içerdiği ifade edilmektedir (Gonzalez ve Bello, 2002). Bu bağlamda, seyahat yaşam tarzı gibi bölümlendirme için kullanılan yaşam tarzı, spesifik tüketim alanlarına ilişkin yaşam tarzı bölümlendirmesinin örneklerindendir (Cheah et al., 2015). Aşağıdaki paragraflarda turizm araştırmalarında kullanılmış yaşam tarzı ölçeklerine detaylı yer verilmiştir.

Turizm araştırmalarında Darden ve Perreault (1975), tatil davranışları ile yaşam tarzları arasındaki ilişkiyi araştırmak için AIO ölçümünü kullanmıştır. Yaşam tarzlarının birçok tatil davranışı için genesis olduğunu ve ek olarak yaşam tarzı farklılıklarının tatil davranışlarını belirlemede daha etkili olduğuna dikkat çekmişlerdir. Perreault, Darden ve Darden (1977), turistleri sınıflandırmak için 28 yaşam boyutuna sahip tatil AIO'larını yansıtan tatil yaşam tarzı ifadeleri havuzu oluşturmak için literature taraması ve fokus grup görüşmeleri tekniğini kullanmışlardır. Ek olarak, Hawes (1988), 50 yaşın üzerindeki kadınların seyahat yaşam tarzı profillerini netleştirmek için 33 AIO ifadesi kullanmış ve seyahat yaşam tarzı değişkeninin, yaşlı kadınların farklı alt grupları arasında medya tercihi kalıplarını ayırt etmek için yararlı olabileceğine dikkat çekmektedir.

Gladwell (1990), tema park kullanıcı türlerini belirlemek için faaliyetler, ilgi alanları ve görüşler (AIO) ölçeğini uygulamıştır ve bilgili gezginler, bütçe bilincine sahip gezginler ve seyahat planlayıcıları dahil üç seyahat segmenti bulmuştur.

Aynı şekilde, Silverberg ve diğ. (1996), doğa turistlerinin alt gruplarını bulmak için 46 yaşam tarzı değişkenini altı faktöre dönüştürmüş ve turizm pazarlamacılarının yaşam tarzına göre turistlerin hangi faydaları beklediğini tahmin etmelerinin uygun olabileceğini belirtmiştir.

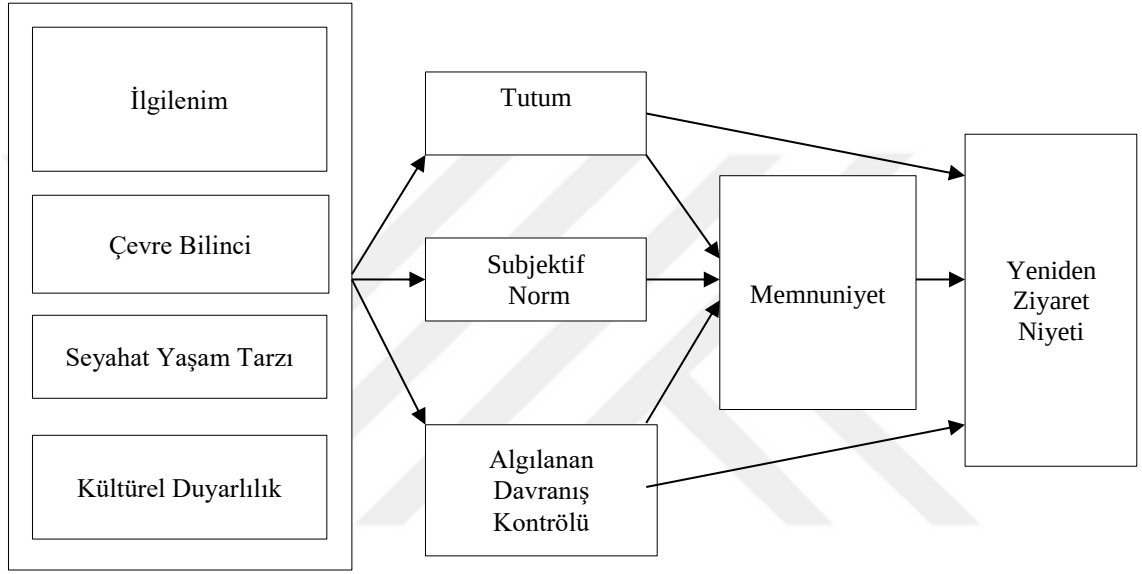
Kenneth ve diğ (1999) yaşlı turistleri sınıflandırmak ve gruplar arasındaki farklılık ve benzerlikleri belirlemek için 46 AIO ölçümünü kullanmışlar ve yaşlı doğa turistlerinin farklı turistik paketleri aradıklarını belirtmişlerdir. Özet olarak, yaşam tarzı kavramı doğaya dayalı seyahat ürünlerinin pazarlanabilmesi için çok yararlıdır.

Lin (2013) üç farklı yaşam tarzı ölçeğinden (serious leisure, list of values, ve travel lifestyle) hangisinin seyahat davranışını daha doğru ölçtüğünü amaçlayarak yaptığı araştırmada spesifik seyahat yaşam tarzı ölçeğinin seyahat davranışını daha doğru ölçtüğünü bulmuştur. Bu araştırmanın amacı turistlerin davranışını açıklamak olduğundan spesifik, seyahat yaşam tarzı, ölçeğinin kullanılmasına karar verilmiştir.

3.5.5 Araştırmanın Modeli

Araştırmanın modeli Planlı Davranış Teorisini esas almaktadır. Planlı Davranış Teorisini oluşturan tutum, subjektif norm, algılanan davranış kontrolü ve niyet değişkenlerine ek olarak literatür taraması sonucunda sakin turistlerin yeniden ziyaret niyetini etkilemede rolü düşünülen ilgilenim, çevre bilinci, kültürel duyarlılık, seyahat yaşam tarzı ve memnuniyet değişkenleri modele eklenerek genişletilmiştir.

Şekil 3.1’de görüldüğü üzere, öngörülen yapısal modele göre ilgilenim, çevre bilinci, kültürel duyarlılık ve seyahat yaşam tarzının yeniden ziyaret niyeti üzerinde dolaylı etkisi olduğu görülmektedir. Ek olarak, tutum, algılanan davranış kontrolü ve subjektif normun yeniden ziyaret niyeti üzerinde hem direk hemde memnuniyet aracılığıyla etkisi olduğu varsayılmaktadır.



Şekil 3.1: Araştırma Modeli

3.6 Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma için geliştirilen 35 hipotez aşağıda listelenmiştir:

H₁: Turistlerin çevre bilincinin yüksekliği, sakin turizm destinasyonuna yönelik tutumu olumlu yönde etkilemektedir.

H₂: Turistlerin yaşam tarzı, sakin turizm destinasyonuna yönelik tutumu olumlu yönde etkilemektedir.

H₃: Turistlerin kültürü, sakin turizm destinasyonuna yönelik tutumu olumlu yönde etkilemektedir.

H₄: Turistlerin çevre bilincinin yüksekliği, subjektif normları olumlu yönde etkilemektedir.

H₅: Turistlerin yaşam tarzı, subjektif normları olumlu yönde etkilemektedir.

H₆: Turistlerin kültürü, subjektif normları olumlu yönde etkilemektedir.

H₇: Turistlerin çevre bilincinin yüksekliği, algılanan davranış kontrolünü olumlu yönde etkilemektedir.

H₈: Turistlerin yaşam tarzı, algılanan davranış kontrolünü olumlu yönde etkilemektedir.

H₉: Turistlerin kültürü, algılanan davranış kontrolünü olumlu yönde etkilemektedir.

H₁₀: Turistlerin turizm destinasyonuna yönelik tutumu, destinasyona karşı memnuniyet derecesini olumlu yönde etkilemektedir.

H₁₁: Subjektif norm, destinasyona karşı memnuniyet derecesini olumlu yönde etkilemektedir.

H₁₂: Algılanan davranış kontrolü, turistlerin destinasyona karşı memnuniyet derecesini olumlu yönde etkilemektedir.

H₁₃: Turistlerin turizm destinasyonuna yönelik tutumu, destinasyonu yeniden ziyaret niyetini olumlu yönde etkilemektedir.

H₁₄: Subjektif norm, destinasyonu yeniden ziyaret niyetini olumlu yönde etkilemektedir.

H₁₅: Algılanan davranış kontrolü, destinasyonu yeniden ziyaret niyetini olumlu yönde etkilemektedir.

H₁₆: Turistlerin destinasyona karşı memnuniyet derecesi, destinasyonu yeniden ziyaret niyetini olumlu yönde etkilemektedir.

H₁₇: Turistlerin ilgilenim düzeyi sakin turizme karşı tutumu olumlu yönde etkilemektedir

H₁₈: Turistlerin ilgilenim düzeyi subjektif normu olumlu yönde etkilemektedir

H₁₉: Turistlerin ilgilenim düzeyi algılanan davranış kontrolünü olumlu yönde etkilemektedir

H₂₀: Turistlerin ilgilenim düzeyi destinasyonu yeniden ziyaret niyetini olumlu yönde etkilemektedir

H₂₁: Turistlerin ilgilenim düzeyi destinasyona karşı genel memnuniyeti olumlu yönde etkilemektedir

H₂₂: Turistlerin çevre kaygı düzeyi destinasyona karşı genel memnuniyeti olumlu yönde etkilemektedir

H₂₃: Turistlerin seyahat yaşam tarzı destinasyona karşı genel memnuniyeti olumlu yönde etkilemektedir

H₂₄: Turistlerin kültürel duyarlılık düzeyi destinasyona karşı genel memnuniyeti olumlu yönde etkilemektedir

H₂₅: Turistlerin ilgilenim düzeyi destinasyona karşı çevre memnuniyetini olumlu yönde etkilemektedir

H₂₆: Turistlerin çevre kaygı düzeyi destinasyona karşı çevre memnuniyetini olumlu yönde etkilemektedir

H₂₇: Turistlerin seyahat yaşam tarzı destinasyona karşı çevre memnuniyetini olumlu yönde etkilemektedir

H₂₈: Turistlerin kültürel duyarlılık düzeyi destinasyona karşı çevre memnuniyetini olumlu yönde etkilemektedir

H₂₉: Turistlerin sakin turizme karşı tutumu destinasyona karşı çevre memnuniyetini olumlu yönde etkilemektedir

H₃₀: Subjektif Norm destinasyona karşı çevre memnuniyetini olumlu yönde etkilemektedir

H₃₁: Algılanan davranış kontrolü düzeyi destinasyona karşı çevre memnuniyetini olumlu yönde etkilemektedir

H₃₂: Turistlerin çevre kaygı düzeyi destinasyonu yeniden ziyaret niyetini olumlu yönde etkilemektedir

H₃₃: Turistlerin seyahat yaşam tarzı destinasyonu yeniden ziyaret niyetini olumlu yönde etkilemektedir

H₃₄: Turistlerin kültürel duyarlılık düzeyi destinasyonu yeniden ziyaret niyetini olumlu yönde etkilemektedir

H₃₅: Turistlerin çevre memnuniyeti düzeyi destinasyonu yeniden ziyaret niyetini olumlu yönde etkilemektedir

3.7 Örneklem Yöntemi

Araştırmanın ana kütlesi araştırmanın yukarıda belirtilen amacı doğrultusunda, Cittaslow üyeleri Seferihisar, Akyaka, ve Gökçeada'ya ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerden oluşmaktadır. Tüm anakütleye ulaşmanın zaman, maliyet vb. Açılardan mümkün olmadığından anakütleni temsil eden örneklem verileri toplanmıştır. Örneklem büyüklüğünü belirlemek için anakütlenin varyansının bilinmediği durumlarda kullanılan aşağıdaki formülden yararlanılmıştır (Malhotra, 2010):

$$n = \frac{pqz}{\left(\frac{e}{z}\right)^2}$$

Her destinasyondan kaç turistten veri toplamak gerektiğini belirlemek için kota örneklem tekniği kullanılmıştır. Destinasyonları ziyaret eden yerli ve yabancı turist sayısına ulaşmak için Kültür ve Turizm Bakanlığının sitesindeki istatistiklerden

yararlanılmıştır. Yavaş eğilimli turistlere ulaşmak için verileri toplamadan önce, önceden hazırlanmış kontrol soruları sorulacaktır. Örneğin, seyahat ederken yerel kültüre ilgi duyuyor musunuz? Günlük yaşantınızda çevreyi korumak için ne türlü davranışlar yapıyorsunuz? gibi sorular sorulmuştur.

3.8 Veri Toplama Yöntemi

Veriler anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde yavaş eğilimli turistleri belirlemek için hazırlanan kontrol soruları sorulacaktır. Kontrol sorularından geçemeyen katılımcılar elenmiştir. İkinci bölümde sakin turistlerin davranışlarını ölçmek için kullanılan ilgilenim, çevre bilinci, seyahat yaşam tarzı, kültürel duyarlılık, tutum, subjektif norm, algılanan davranış kontrolü, memnuniyet ve yeniden ziyaret niyeti ölçeklerinden oluşmaktadır. Üçüncü bölümde ise sakin turistlerin cinsiyet, evlilik durumu, gelir durumu, eğitim durumu vb. sosyo-demographic özellikleri ile ilgili sorular yer almaktadır.

Verilerin toplanılmasında yazar dahil dört anketörün yardımından yararlanılmıştır. Diğer üç anketörün her birisinin önceden veri toplama tecrübesinin olduğu, eğitim düzeyinin en az yüksek lisans olması ve ileri düzeyde ingilizce bilmesi dikkate alınmıştır. Veriler 2019 senesi yaz aylarında (Temmuz - Ağustos) toplanmıştır.

3.9 Verilerin Analizi

Araştırmada yer alan ölçeklerin güvenilirliğinin test edilmesinde Cronbach alfa değerleri, ölçeklerin yapısal geçerliği için ise açıklayıcı faktör analizi (exploratory factor analysis) ve doğrulayıcı faktör analizi (confirmatory factor analysis) kullanılmıştır. Bunlara ek olarak sakin turistlerin davranışının ölçülmesi için Yapısal

Eşitlik Modeli kullanılmıştır. Bu analizleri yapa bilmek için SPSS ve SMART PLS istatistik programlarından yararlanılmıştır. Bir sonraki bölümde yapılan analizler ve bulgular bölümü yer almaktadır.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN SONUÇLARI

Bu kısımda araştırmanın sonuçları yer almaktadır. İlk önce araştırmaya katılanların sosyo-demografik özellikleri ele alınmıştır. Onu takiben ölçekte yer alan ifadelerin dağılımı ve standart sapma değerlerine bakılmıştır. Ek olarak her bir ölçek için keşfedici faktör analizi yapılmış ve son olarak ölçüm ve yapısal model test edilmiştir.

4.1 Araştırmaya Katılanların Sosyo-Demografik Özellikleri

Aşağıdaki tablo 4.1’de araştırmaya katılan turistlerin sosyo-demografik özellikleri yer almaktadır. Tablo’ya göre, araştırmaya katılanların yüzde 53.7’si kadın, yüzde 46.3’ü erkektir. Bunlardan yüzde 43’ü evli, yüzde 56’sı bekar, yüzde 1’i ise boşanmış veya duldur. Ek olarak, araştırmaya katılanların yüzde 69’u yerli, yüzde 31’i ise yabancı turistlerden oluşmaktadır.

Eğitim durumu açısından incelendiğinde araştırmaya katılan turistlerin büyük çoğunluğu ön lisans ve üzeri eğitim almıştır. Detaylı olarak, yüzde 61.3 katılımcının ön lisans, yüzde 34.2 katılımcının lisans derecesi vardır. Sadece 12 katılımcı yüksek lisans veya doktora eğitimi almıştır.

Araştırmaya katılan turistlerin yarısından fazlası özel sektör çalışanı, yaklaşık yüzde 20’i öğrenci geri kalanları ise kamu sektörü, serbest meslek vb. mesleklerde çalışanlardan oluşmaktadır. Sadece yedi katılımcının veri toplanan tarihte çalışmıyor olması tespit edilmiştir.

Aile büyüklüğü açısından incelendiğinde araştırmaya katılan turistlerin 425'nin yani yaklaşık yüzde 75'nin aile büyüklüğünün 3-4 olması tespit edilmiştir. Sadece bir katılımcının aile büyüklüğü 9 ve üzerinde olduğu görülmüştür. Geri kalan katılımcıların yüzde 15'i 1-2 kişilik, yüzde 13'ü ise 4-6 kişilik aile büyüklüğüne sahiptirler.

Tablo 4.1: Araştırmaya Katılanların Sosyo-Demografik Özellikleri

	Frekans	Yüzde
Cinsiyet		
Kadın	322	53.7
Erkek	278	46.3
Toplam	600	
Eğitim		
İlk Okul –Orta Okul-Lise	15	2.5
Önlisans	368	61.3
Lisans	205	34.2
Yüksek Lisans ve Doktora	12	2
Toplam	600	100
Çalışma Durumu		
Özel Sektör Çalışanı	381	63.5
Kamu Sektörü Çalışanı	51	8.5
Serbest Meslek	30	5
Esnaf/Tüccar	8	1.3
Öğrenci	115	19.2
Emekli	6	1
Ev Hanımı	3	0.5
Çalışmıyor	6	1
Toplam	600	100
Evlilik Durumu		
Evli	258	43
Bekar	338	56
Boşanmış/Dul	4	1
Toplam	600	100
Aile Büyüklüğü		
1-2 Kişi	91	15
3-4 Kişi	425	71
5-6 Kişi	80	13
7-8 Kişi	3	0.6
9 ve üzeri kişi	1	0.4
Toplam	600	100
Ziyaret Sayısı		
İlk Kez	452	75.3
2 Kez ve daha fazla	148	24.7
Toplam	600	100

<i>Kalış Süresi</i>		
1-3 gün	294	49
4-6 gün	238	39.7
7 gün ve daha fazla	68	11.3
Toplam	600	100
<i>Milliyet</i>		
Türk	413	69
Yabancı	187	31
Toplam	600	100

Ziyaret sayısı ve kalış süresi açısından bakıldığında, turistlerin yüzde 75'i destinasyonları ilk kez yüzde 25'i ise tekrar ziyaret edenlerden oluşmaktadır. Turistlerin kalış süresi ortalama olarak dört gündür. Daha detaylı olarak, turistlerin yüzde 49'u 1-3 gün, yüzde 40'ı 4-6 gün, yüzde 11'i ise 7 gün ve daha fazla süreliğine destinasyonlarda kalmayı planlamışlardır.

4.2 Araştırmada Ölçülen Değişkenlerin Dağılımları

Çevre bilinci, ilgilenim, kültürel duyarlılık, yaşam tarzı, sakin turizme karşı tutum, subjektif norm, algılanan davranış kontrolü, turizm destinasyonuna karşı memnuniyet ve turizm destinasyonunu yeniden ziyaret niyetine ilişkin, turistlerin yanıtları doğrultusunda elde edilen, ifadelerin aritmetik ortalaması ve standart sapma değerlerini gösteren tablolar bu bölümde yer almaktadır.

4.2.1 Çevre Kaygısı Ölçeği

11 ifadeden oluşan çevre bilinci ölçeğine ilişkin ifadeler ve katılımcıların yanıtları doğrultusunda elde edilen aritmetik ortalamalar ve standart sapma değerleri aşağıdaki tablo 4.2’de gösterilmiştir. Tablo’ya göre ölçeğin genel ortalaması 3.96 dır. İfadeler bazlı baktığımızda, 11 ifadeden 5’i ölçek genel ortalamasının altında kaldığı görülmektedir. Bunlar “Günlük yaşamda düzenli olarak enerji tasarrufu yapılmamalıdır (*), “Günlük yaşamda düzenli olarak geri dönüşüm yapılmalıdır”, “Doğayla uyum içinde yaşamalıyız”, “Çevreyi temiz tutmak için geri dönüşü olmayan ürünler vergilendirilmelidir” ve en düşük ortalamaya sahip “Diğer canlılar da insanlar gibi yaşama hakkına sahiptirler” ifadeleridir. Bunun yanı sıra en yüksek ortalamaya sahip ifade “Günlük yaşamda düzenli olarak çevre dostu ürünler satın alınmalıdır” ifadesidir. Ölçek genel ortalamasının 3.96 düzeyinde olması araştırmaya katılan turistlerin çevreni önemsedikleri söylenebilir.

Tablo 4.2: Çevre Kaygısına İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalaması Ve Standart Sapma Değeri

Ölçek İfadeleri	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
İnsanın doğaya müdahalesi kötü sonuçlara neden oluyor	4,0750	,80028
Günlük yaşamda düzenli olarak su tasarrufu yapılmamalıdır (*)	4,1967	,76308
İnsanlık çevreyi tahrip ediyor	4,1117	,83887
Günlük yaşamda düzenli olarak çevre dostu ürünler satın alınmalıdır	4,2283	,76845
Çevreyi temiz tutmak için geri dönüşü olmayan ürünler vergilendirilmelidir	3,7500	,71765
Üreticiler üretim sürecinde geri dönüştürülebilir malzemeleri kullanmalıdırlar	3,9917	,84427
Reklamlarda ürünlerin çevresel zararlarından bahsedilmesi gerekmektedir	3,9683	,78848
Günlük yaşamda düzenli olarak geri dönüşüm yapılmalıdır	3,8367	,80689
Günlük yaşamda düzenli olarak enerji tasarrufu yapılmamalıdır (*)	3,8517	,70510
Doğayla uyum içinde yaşamalıyız	3,8317	,83736
Diğer canlılar da insanlar gibi yaşama hakkına sahiptirler	3,6933	,72122
Ölçek genel ortalaması	3.96	

*işaretleli ifadeler ters kodlanmıştır

4.2.2 İlgilenim Ölçeği

İlgilenim düzeyine ilişkin ölçek yedi ifadeden oluşmaktadır ve katılımcıların yanıtları doğrultusunda elde edilen aritmetik ortalamalar ve standart sapma değerleri aşağıdaki tablo 4.3`de gösterilmiştir. Aşağıdaki tablo`ya göre ölçek genel ortalaması 3.95 dir. Yedi ifadeden sadece bir ifade ölçek genel ortalamasının altındadır. Bu ifade 3.35 ortalamaya sahip “Sakin turizm yerlerini ziyaret etmek kendimi ödüllendirmektir” ifadesidir. Diğer ifadelerin hepsi dört üzerinde ortalamaya sahiptir. 3.95 ölçek ortalaması araştırmaya katılan turistlerin sakin turizme karşı ilgili olduğunu gösterir.

Tablo 4.3: İlgilenim Düzeyine İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalaması Ve Standart Sapma Değeri

Ölçek İfadeleri	Aritmetik ortalama	Standart sapma
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmek benim için önemlidir	4,0867	,49622
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmek beni mutlu eder	4,0083	,49194
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmek kendimi ödüllendirmektir	3,3483	,81942
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmek ilgi alanıma girer	4,0567	,55435
Sakin turizm yerlerini ziyaret ettiğimi başkaları ile paylaşmaktan mutluluk duyarım	4,1250	,61373
Fırsat buldukça sakin turizm yerlerini ziyaret etmek isterim	4,0817	,65502
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmeyi severim	4,0300	,54430
Ölçek genel ortalaması	3.95	

4.2.3 Seyahat Yaşam Tarzı Ölçeği

10 ifadeden oluşan seyahat yaşam tarzı ölçeğine ilişkin ifadeler ve katılımcıların yanıtları doğrultusunda elde edilen aritmetik ortalamalar ve standart sapma değerleri aşağıdaki tablo 4.4'te gösterilmiştir. 10 ifadeden altı'sı ölçek genel ortalaması olan 3.70'in altındadır. Bu ifadeler “Yurt dışına çıktığımda rehberli bir turda olmayı tercih ederim”, “En iyi tatil sadece dinlendiğim tatildir”, “Tatile çıktığımda adrenalin aramayı severim”, “En iyi tatil en çok gece hayatı (bar, gece kulupleri) olan tatildir”, “Tatildeyken lüks otellerde kalmam önemlidir” ve “Tarihi eserleri olan ülkeleri ziyaret etmeyi tercih ederim” ifadeleridir. En yüksek ortalamaya (4.21) sahip ifade “Arkadaşlarım benden hangi yabancı ülkeye gitmeleri gerektiği konusunda tavsiye alır” ifadesidir. Ölçek genel ortalaması çok yüksek olmasada ölçeğe katılan yerli ve yabancı turislerin kitlesele kıyasla daha sakin seyahat yaşam tarzına sahip olduğu söylenebilir.

Tablo 4.4: Seyahat Yaşam Tarzı Ölçeğine İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalaması Ve Standart Sapma Değeri

Ölçek İfadeleri	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Yurt dışına çıktığımda rehberli bir turda olmayı tercih ederim	3,0067	,88010
En iyi tatil sadece dinlendiğim tatildir	3,1617	,98003
Tatile çıktığımda adrenalin aramayı severim	3,4217	,83768
En iyi tatil en çok gece hayatı (bar, gece kulupleri) olan tatildir	3,3950	,96464
Tatildeyken lüks otellerde kalmam önemlidir	3,0450	,98553
Tarihi eserleri olan ülkeleri ziyaret etmeyi tercih ederim	3,5717	,84423
Turizm yerindeki yerel halk ile iletişim kurmayı severim	4,1917	,67752
Bir geziye çıkacağım zaman tatil planımı kendim hazırlamayı tercih ederim	4,1583	,66131
Arkadaşlarım benden hangi yabancı ülkeye gitmeleri gerektiği konusunda tavsiye alır	4,2133	,69903
Tatildeyken çok fazla aktiviteye (müze ziyaretleri, yürüyüş, su sporları) katılmaya çalışırım	4,1533	,66374
Ölçek genel ortalaması	3.70	

4.2.4 Kültürel Duyarlılık Ölçeği

Beş ifadeden oluşan kültürel duyarlılık ölçeğine ilişkin ifadeler ve katılımcıların yanıtları doğrultusunda elde edilen aritmetik ortalamalar ve standart sapma değerleri aşağıdaki tablo 4.5'te gösterilmiştir. İki ifade ölçek genel ortalamasının (4.12) altında ortalamaya sahiptir. Bunlar “Seyahatlerimde kültürel etkinliklere katılmanın önemli olduğunu düşünüyorum” ve “Seyahatlerimde turizm yerinin tarihi hakkında bilgi sahibi olmanın önemli olduğunu düşünüyorum” ifadeleridir. En yüksek ortalamaya (4.22) sahip ifade “Tatil yerlerindeki yerel kültür korunmalıdır” ifadesidir. Ölçek ortalamasının maximum 5 olabileceken 4.12 olması araştırma katılımcılarının kültüre duyarlı olduğu ifade edilebilir.

Tablo 4.5: Kültürel Duyarlılık Ölçeğine İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalaması Ve Standart Sapma Değeri

Ölçek İfadeleri	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Tatil yerlerindeki yerel kültür korunmalıdır	4,2283	,77924
Kültürüm benim için çok önemlidir	4,1800	,66709
Seyahatlerimde kendi kültürümden farklı bir kültür görmenin önemli olduğunu düşünüyorum	4,1900	,67428
Seyahatlerimde turizm yerinin tarihi hakkında bilgi sahibi olmanın önemli olduğunu düşünüyorum	4,1033	,63770
Seyahatlerimde kültürel etkinliklere katılmanın önemli olduğunu düşünüyorum	3,9183	,42264
Ölçek Genel ortalaması	4.12	

4.2.5 Tutum Ölçeği

Yedi ifadeden oluşan sakin turizme karşı tutum ölçeğine ilişkin ifadeler ve katılımcıların yanıtları doğrultusunda elde edilen aritmetik ortalamalar ve standart sapma değerleri aşağıdaki tablo 4.6’da gösterilmiştir. Yedi ifadeden dördü ölçek genel ortalaması olan 3.88’in altındadır. Bu ifadeler “Sakin turizm yerlerini ziyaret etmenin keyifli olduğunu düşünüyorum”, “Sakin turizm yerlerini ziyaret etmenin ekonomik açıdan faydalı olduğunu düşünüyorum”, “Sakin turizm yerlerini ziyaret etmenin turizm yerlerinin gelişmesi açısından yararlı olduğunu düşünüyorum”, ve “Sakin turizm yerlerini ziyaret etmeye karşı tutumum olumludur” ifadeleridir. En yüksek ortalamaya (3.98) sahip ifade “Sakin turizmin çevrenin korunması açısından faydalı olduğuna inanıyorum” ifadesidir. Ölçek genel ortalamasının dörde yakın olması, katılımcıların sakin turizme karşı tutumlarının genel olarak pozitif olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 4.6: Tutum Ölçeğine İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalaması Ve Standart Sapma Değeri

Ölçek İfadeleri	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmeye karşı tutumum olumludur	3,8517	,43202
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmenin ekonomik açıdan faydalı olduğunu düşünüyorum	3,8467	,55106
Sakin turizmin çevrenin korunması açısından faydalı olduğuna inanıyorum	3,9800	,46543
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmenin turizm yerlerinin gelişmesi açısından yararlı olduğunu düşünüyorum	3,8583	,57342
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmenin cazip olduğuna inanıyorum	3,9967	,51358
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmenin keyifli olduğunu düşünüyorum	3,7083	,51676
Yakın gelecekte sakin turizm yerlerini ziyaret ettiğimde yerel halk gibi yaşamayı düşünüyorum	3,8933	,44228
Ölçek Genel Ortalaması	3.88	

4.2.6 Subjektif Norm Ölçeği

Beş ifadeden oluşan subjektif norm ölçeğine ilişkin ifadeler ve katılımcıların yanıtları doğrultusunda elde edilen aritmetik ortalamalar ve standart sapma değerleri aşağıdaki tablo 4.7’de gösterilmiştir. Beş ifadeden dördü ölçek genel ortalaması olan 3.53 ün altındadır. Bu ifadeler “Çevremdeki insanlar tatil için sizin turizm yerlerine gitme konusunda benimle aynı fikirdeler”, “Çevremdeki insanlar tatil için sizin turizm yerlerine gitmemi olumlu değerlendirir”, “Çevremdeki insanlar tatil için sizin turizm yerlerine gitmemi destekler”, ve “Çevremdeki insanlar tatil için bana en uygun seçeneğin sizin turizm olduğunu düşünür” ifadeleridir. En yüksek ortalamaya (3.76) sahip ifade “Çevremdeki insanlar sizin turizme gitmemi önerir” ifadesidir.

Tablo 4.7: Subjektif Norm Ölçeğine İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalaması Ve Standart Sapma Değeri

Ölçek İfadeleri	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Çevremdeki insanlar tatil için bana en uygun seçeneğin sizin turizm olduğunu düşünür	3,5233	,54155
Çevremdeki insanlar tatil için sizin turizm yerlerine gitmemi destekler	3,5017	,56320
Çevremdeki insanlar tatil için sizin turizm yerlerine gitmemi olumlu değerlendirir	3,4767	,53535
Çevremdeki insanlar tatil için sizin turizm yerlerine gitme konusunda benimle aynı fikirdeler	3,3733	,52384
Çevremdeki insanlar sizin turizme gitmemi önerir	3,7633	,53335
Ölçek genel ortalaması	3.53	

4.2.7 Algılanan Davranış Kontrolü

Algılanan davranış kontrolü ölçeği üç ifadeden oluşmaktadır. Ölçek ortalaması 3.70 dir. Bir ifade ortalamasının altında (3.55) “Sakin turizm yerlerini ziyaret edebilmek için yeterli zamana sahibim”, Bir ifade ortalamaya yakın (3.703) “Sakin turizm yerlerini ziyaret edebilmek için yeterli maddi imkana sahibim” ve bir ifade ortalamasının üstünde (3.79) “Sakin turizm için seyahat edip etmeme kararını tamamen kendim veririm” ortalamaya sahiptir. Diğer ölçeklere kıyasla algılanan davranış kontrolü ölçeğinin ifadelerinin ortalamasının düşük olması, katılımcıların sakın turizm destinasyonlarına gitmek isteseler bile yeterli zamana sahip olmadıklarını gösterir. Buda araştırmaya katılan turistlerin demografik özellikleri ile örtüşmektedir (araştırmaya katılımcılarının 80% i çalışan bireylerden oluşmaktadır).

Tablo 4.8: Algılanan Davranış Kontrolü Ölçeğine İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalaması Ve Standart Sapma Değeri

Ölçek İfadeleri	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Sakin turizm için seyahat edip etmeme kararını tamamen kendim veririm	3,7867	,49823
Sakin turizm yerlerini ziyaret edebilmek için yeterli maddi imkana sahibim	3,7033	,56200
Sakin turizm yerlerini ziyaret edebilmek için yeterli zamana sahibim	3,5450	,69913
Ölçek genel ortalaması	3.70	

4.2.8 Memnuniyet

11 ifadeden oluşan sakin turizm destinasyonuna karşı memnuniyet ölçeğine ilişkin ifadeler ve katılımcıların yanıtları doğrultusunda elde edilen aritmetik ortalamalar ve standart sapma değerleri aşağıdaki tablo 4.9’da gösterilmiştir. On ifadeden dördü ölçek genel ortalaması olan 3.99’un altındadır. Bu ifadeler “Genel olarak Seferihisardaki yemeklerden memnun kaldım”, “Genel olarak Seferihisardaki doğal çevrenin zenginliğinden memnun kaldım”, “Genel olarak Konaklama yerindeki temizlikten memnun kaldım” ve “Genel olarak Seferihisardaki tesislerin (restoran, otel) müşteri ile olan iletişiminden memnun kaldım” ifadeleridir. En yüksek ortalama (4.09) sahip ifade “Genel olarak Seferihisardaki konakladığım yerin kalite standartlarından memnun kaldım” ifadesidir. Ölçek genel ortalamasının dörde yakın olması, katılımcıların sakin turizm destinasyonlarına karşı memnuniyet seviyelerinin genel olarak pozitif olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 4.9: Memnuniyet Ölçeğine İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalaması Ve Standart Sapma Değeri

Ölçek İfadeleri	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Genel olarak Seferihisarın tarihi zenginliğinden memnun kaldım	3,9883	,60454
Genel olarak Seferihisardaki tesislerin (restoran, otel) müşteri ile olan iletişiminden memnun kaldım	3,9600	,53123
Genel itibarı ile Seferihisardaki yeme –içme hizmetlerinden memnun kalmadım (*)	3,9850	,54950
Genel olarak Konaklama yerindeki temizlikten memnun kaldım	3,9332	,59727
Genel olarak Seferihisardaki fiyat seviyesinden (konaklama, ulaşım, eğlence) memnun kaldım	3,9967	,51358
Genel olarak Seferihisardaki yerel halkın turistlere karşı davranışından memnun kaldım	4,0200	,54168
Seferihisardaki çevrenin genel temizliğinden memnun kaldım	4,0400	,54976
Genel olarak Seferihisardaki doğal çevrenin zenginliğinden memnun kaldım	3,9600	,61566
Genel olarak Seferihisardaki yemeklerden memnun kaldım	3,9433	,52655
Genel olarak Seferihisardaki konakladığım yerin kalite standartlarından memnun kaldım	4,0933	,52448
Genel olarak Seferihisardan memnun kaldım	4,0083	,55568
Ölçek genel ortalaması	3.99	

* İşaretlenen ifade ters kodlanmıştır

4.2.9 Yeniden Ziyaret Niyeti

Yeniden ziyaret niyeti ölçeği üç ifadeden oluşmaktadır. Ölçek ortalaması 3.91 dir. Bir ifade ortalamasının altında (3.85) “Gelecek seyahatlerimde Seferihisar’ı tekrar ziyaret etmeyi planlarım”, Bir ifade ortalamaya yakın (3.92) “Gelecek seyahatlerimde Seferihisar’ı yeniden ziyaret etmek için çaba gösteririm” ve bir ifade ortalamasının üstünde (3.97) “Gelecek seyahatlerimde Seferihisar’ı tekrar ziyaret etmek isterim” ortalamaya sahiptir.

Tablo 4.10: Yeniden Ziyaret Niyeti Ölçeğine İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalaması Ve Standart Sapma Değeri

Ölçek İfadeleri	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Gelecek seyahatlerimde Seferihisar’ı tekrar ziyaret etmek isterim	3,9733	,65829
Gelecek seyahatlerimde Seferihisar’ı tekrar ziyaret etmeyi planlarım	3,8500	,68917
Gelecek seyahatlerimde Seferihisar’ı yeniden ziyaret etmek için çaba gösteririm	3,9150	,74074
Ölçek genel ortalaması	3.91	

4.3 Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

Çalışmamızda yapısal geçerliliğin testinde keşfedici faktör analizi kullanılmıştır. Verilerin analize uygunluğunu test etmek amacıyla her bir ölçek için KMO ve Barlett testi değerleri incelenmiştir. Ek olarak faktör yükü 0.60 altındaki ifadeler analizden çıkartılmıştır. Aşağıdaki bölümlerde her bir ölçek için yapılan keşfedici faktör analizi sonuçlarına detaylı yer verilmiştir.

4.3.1 Çevre Kaygısı Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

Araştırmada 11 ifadeden oluşan çevre bilinci ölçeği keşfedici faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör yapısını bozan ve 0.60 faktör yükünün altındaki iki ifade (E5, E8) analizden çıkartılmış ve analiz tekrar yapılmıştır. Verilerin analize uygunluğunu test etmek amacıyla ilk önce Bartlett testi ve KMO değerine bakılmıştır. Aşağıdaki tablodan da görüldüğü üzere Çevre bilinci ölçeğine ilişkin yapılan Bartlett testinin anlamlı, KMO değerinin (0.881) ise 0.50 olan minimum değer çok üstünde olduğu görülmektedir. Aşağıdaki tablo 4.11`de çevre bilinci ölçeğine ilişkin ifadelerin varimax rotasyonu tekniği kullanılarak aldığı faktör yükleri belirtilmiştir. Tablo`ya göre çevre bilinci ölçeği tek boyuttan oluşmaktadır ve toplam açıklanan varyans değeri yüzde 61.12 dir.

Tablo 4.11: Çevre Kaygısı Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

KOD	Ifadeler	Faktörler	Açıklanan Varyans
E1	İnsanın doğaya müdahalesi kötü sonuçlara neden oluyor	,830	%61.12
E2	Günlük yaşamda düzenli olarak su tasarrufu yapılmamalıdır (*)	,821	
E3	İnsanlık çevreyi tahrip ediyor	,811	
E4	Günlük yaşamda düzenli olarak çevre dostu ürünler satın alınmalıdır	,652	
E6	Üreticiler üretim sürecinde geri dönüştürülebilir malzemeleri kullanmalıdırlar	,848	
E7	Reklamlarda ürünlerin çevresel zararlarından bahsedilmesi gerekmektedir	,801	
E9	Günlük yaşamda düzenli olarak enerji tasarrufu yapılmamalıdır (*)	,633	
E10	Doğayla uyum içinde yaşamalıyız	,877	
E11	Diğer canlılar da insanlar gibi yaşama hakkına sahiptirler	,727	
Toplam Açıklanan Varyans %61,12 Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Uygunluk Ölçümü= 0,881 Bartlett Küresellik Testi = 3923,638 p=,000 (df=36) *p<,01			

4.3.2 İlgilenim Düzeyine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

Araştırmada yedi ifadeden oluşan ilgilenim ölçeği keşfedici faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör yapısını bozan ve 0.60 faktör yükünün altındaki iki ifade (IV2, IV3) analizden çıkartılmış ve analiz tekrar yapılmıştır. Verilerin analize uygunluğunu test etmek amacıyla ilk önce Bartlett testi ve KMO değerine bakılmıştır. Aşağıdaki tablodan da görüldüğü üzere ilgilenim ölçeğine ilişkin yapılan Bartlett testinin anlamlı, KMO değerinin (0.840) ise 0.50 olan minimum değer üstünde olduğu görülmektedir. Aşağıdaki tablo 4.12` de ilgilenim ölçeğine ilişkin ifadelerin varimax rotasyonu tekniği kullanılarak aldığı faktör yükleri belirtilmiştir. Tablo`ya göre ilgilenim ölçeği tek boyuttan oluşmaktadır ve toplam açıklanan varyans değeri yüzde 60.60 dir.

Tablo 4.12: İlgilenim Düzeyine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

KOD	İfadeler	Faktörler	Açıklanan Varyans
IV1	Sakin turizm yerlerini ziyaret etmek benim için önemlidir	,773	%60.60
IV4	Sakin turizm yerlerini ziyaret etmek ilgi alanıma girer	,793	
IV5	Sakin turizm yerlerini ziyaret ettiğimi başkaları ile paylaşmaktan mutluluk duyarım	,813	
IV6	Fırsat buldukça sizin turizm yerlerinizi ziyaret etmek isterim	,614	
IV7	Sakin turizm yerlerini ziyaret etmeyi severim	,873	
Toplam Açıklanan Varyans %60,60 Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Uygunluk Ölçümü= 0,840 Bartlett Küresellik Testi = 1144,094 p=,000 (df=10) *p<,01			

4.3.3 Seyahat Yaşam Tarzı Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

Araştırmada 10 ifadeden oluşan seyahat yaşam tarzı ölçeği keşfedici faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör yapısını bozan ve 0.60 faktör yükünün altında hiçbir ifadeye rastlanmamıştır. Verilerin analize uygunluğunu test etmek amacıyla ilk önce Bartlett testi ve KMO değerine bakılmıştır. Aşağıdaki tablodan da görüldüğü üzere seyahat

yaşam tarzı ölçeğine ilişkin yapılan Bartlett testinin anlamlı, KMO değerinin (0.783) ise 0.50 olan minimum değerın üstünde olduğu gör÷lmektedir. Aşağıdaki tablo 4.13`da seyahat yaşam tarzı ölçeğine ilişkin ifadelerin varimax rotasyonu tekniğı kullanılarak aldığı faktör yükleri belirtilmiştir. Tablo`ya göre seyahat yaşam tarzı ölçeğı iki boyuttan (1. Faktör: L1, L2, L3, L4, L5,L6; 2. Faktör: L7,L8, L9, L10) oluşmaktadır ve toplam açıklanan varyans değeri %70.36 dır.

Tablo 4.13: Seyahat Yaşam Tarzı Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

Kod	İfadeler	Faktörler		Açıklanan Varyans
		1.Faktör	2.Faktör	
L1	Yurt dışına çıktığımda rehberli bir turda olmayı tercih ederim	,780		%39.99
L2	En iyi tatil sadece dinlendiğim tatildir	,906		
L3	Tatile çıktığımda adrenalin aramayı severim	,843		
L4	En iyi tatil en çok gece hayatı (bar, gece kulupleri) olan tatildir	,901		
L5	Tatildeyken lüks otellerde kalmam önemlidir	,691		
L6	Tarihi eserleri olan ülkeleri ziyaret etmeyi tercih ederim	,620		
L7	Turizm yerindeki yerel halk ile iletişim kurmayı severim		,875	%30.37
L8	Bir geziye çıkacağım zaman tatil planımı kendim hazırlamayı tercih ederim		,812	
L9	Arkadaşlarım benden hangi yabancı ülkeye gitmeleri gerektiğı konusunda tavsiye alır		,848	
L10	Tatildeyken çok fazla aktiviteye (müze ziyaretleri, yürüyüş, su sporları) katılmaya çalışırım		,780	
Toplam Açıklanan Varyans %70.36				
Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Uygunluk Ölçümü= 0,783				
Bartlett Küresellik Testi = 4539.652 p=,000 (df=45) *p<,01				

4.3.4 Kültürel Duyarlılık Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

Araştırmada beş ifadeden oluşan Kültürel duyarlılık ölçeği keşfedici faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör yapısını bozan ve 0.60 faktör yükünün altındaki bir ifade (C5) analizden çıkartılmış ve analiz tekrar yapılmıştır. Verilerin analize uygunluğunu test etmek amacıyla ilk önce Bartlett testi ve KMO değerine bakılmıştır. Aşağıdaki tablodan da görüldüğü üzere kültürel duyarlılık ölçeğine ilişkin yapılan Bartlett testinin anlamlı, KMO değerinin (0.794) ise 0.50 olan minimum değerın üstünde olduğu görülmektedir. Aşağıdaki tablo 4.14`de kültürel duyarlılık ölçeğine ilişkin ifadelerin varimax rotasyonu tekniği kullanılarak aldığı faktör yükleri belirtilmiştir. Tablo`ya göre kültürel duyarlılık ölçeği tek boyuttan oluşmaktadır ve toplam açıklanan varyans değeri 76.12 dir.

Tablo 4.14: Kültürel Duyarlılık Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

Kod	Ifadeler	Faktörler	Açıklanan Varyans
C1	Tatil yerlerindeki yerel kültür korunmalıdır	,830	%76.12
C2	Kültürüm benim için çok önemlidir	,879	
C3	Seyahatlerimde kendi kültürümden farklı bir kültür görmenin önemli olduğunu düşünüyorum	,880	
C4	Seyahatlerimde turizm yerinin tarihi hakkında bilgi sahibi olmanın önemli olduğunu düşünüyorum	,900	
Toplam Açıklanan Varyans %76,12 Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Uygunluk Ölçümü= 0,794 Bartlett Küresellik Testi = 1480,644 p=,000 (df=6) *p<,01			

4.3.5 Sakin Turizme Karşı Tutum Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

Araştırmada yedi ifadeden oluşan sakin turizme karşı tutum ölçeği keşfedici faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör yapısını bozan ve 0.60 faktör yükünün altında hiçbir ifadeye rastlanmamıştır. Verilerin analize uygunluğunu test etmek amacıyla ilk önce Bartlett testi ve KMO değerine bakılmıştır. Aşağıdaki tablodan da görüldüğü üzere sakin turizme karşı tutum ölçeğine ilişkin yapılan Bartlett testinin anlamlı, KMO değerinin (0.820) ise 0.50 olan minimum değerın üstünde olduğu görülmektedir. Aşağıdaki tablo 4.15`de sakin turizme karşı tutum ölçeğine ilişkin ifadelerin varimax rotasyonu tekniği kullanılarak aldığı faktör yükleri belirtilmiştir. Tablo`ya göre sakin turizme karşı tutum ölçeği tek boyuttan oluşmaktadır ve toplam açıklanan varyans değeri 52.47 dir.

Tablo 4.15: Sakin Turizme Karşı Tutum Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

Kod	İfadeler	Faktörler	Açıklanan Varyans
A1	Sakin turizm yerlerini ziyaret etmeye karşı tutumum olumludur	,771	%52.47
A2	Sakin turizm yerlerini ziyaret etmenin ekonomik açıdan faydalı olduğunu düşünüyorum	,719	
A3	Sakin turizmin çevrenin korunması açısından faydalı olduğuna inanıyorum	,643	
A4	Sakin turizm yerlerini ziyaret etmenin turizm yerlerinin gelişmesi açısından yararlı olduğunu düşünüyorum	,784	
A5	Sakin turizm yerlerini ziyaret etmenin cazip olduğuna inanıyorum	,714	
A6	Sakin turizm yerlerini ziyaret etmenin keyifli olduğunu düşünüyorum	,657	
A7	Yakın gelecekte sakin turizm yerlerini ziyaret ettiğimde yerel halk gibi yaşamayı düşünüyorum	,769	
Toplam Açıklanan Varyans %52,47 Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Uygunluk Ölçümü= 0,820 Bartlett Küresellik Testi = 1616,012 p=,000 (df=21) *p<,01			

4.3.6 Subjektif Norm Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

Araştırmada beş ifadeden oluşan subjektif norm ölçeği keşfedici faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör yapısını bozan ve 0.60 faktör yükünün altındaki bir ifade (SN5) analizden çıkartılmış ve analiz tekrar yapılmıştır. Verilerin analize uygunluğunu test etmek amacıyla ilk önce Bartlett testi ve KMO değerine bakılmıştır. Aşağıdaki tablodan da görüldüğü üzere subjektif norm ölçeğine ilişkin yapılan Bartlett testinin anlamlı, KMO değerinin (0.820) ise 0.50 olan minimum değerinin üstünde olduğu görülmektedir. Aşağıdaki tablo 4.16`da subjektif norm ölçeğine ilişkin ifadelerin varimax rotasyonu tekniği kullanılarak aldığı faktör yükleri belirtilmiştir. Tablo`ya göre subjektif norm ölçeği tek boyuttan oluşmaktadır ve toplam açıklanan varyans değeri 70.02 dir.

Table 4.16: Subjektif Norm Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

Kod	İfadeler	Faktörler	Açıklanan Varyans
SN1	Çevremdeki insanlar tatil için bana en uygun seçeneğin sizin için tatiliniz olduğunu düşünür	,793	%70.02
SN2	Çevremdeki insanlar tatil için sizin için tatiliniz yerlerine gitmemi destekler	,822	
SN3	Çevremdeki insanlar tatil için sizin için tatiliniz yerlerine gitmemi olumlu değerlendirir	,853	
SN4	Çevremdeki insanlar tatil için sizin için tatiliniz yerlerine gitme konusunda benimle aynı fikirdeler	,877	
Toplam Açıklanan Varyans %70.02 Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Uygunluk Ölçümü= 0,820 Bartlett Küresellik Testi = 1060,812 p=,000 (df=8) *p<,01			

4.3.7 Algılanan Davranış Kontrolü Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

Araştırmada üç ifadeden oluşan Algılanan davranış kontrolü ölçeği keşfedici faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör yapısını bozan ve 0.60 faktör yükünün altında hiçbir ifadeye rastlanmamıştır. Verilerin analize uygunluğunu test etmek amacıyla ilk önce Bartlett testi ve KMO değerline bakılmıştır. Aşağıdaki tablodan da görüldüğü üzere Algılanan davranış kontrolü ölçeğine ilişkin yapılan Bartlett testinin anlamlı, KMO değerinin (0.671) ise 0.50 olan minimum değerın üstünde olduğu görülmektedir. Aşağıdaki tablo 4.17`de Algılanan davranış kontrolü ölçeğine ilişkin ifadelerin varimax rotasyonu tekniği kullanılarak aldığı faktör yükleri belirtilmiştir. Tablo`ya göre Algılanan davranış kontrolü ölçeği tek boyuttan oluşmaktadır ve toplam açıklanan varyans değeri yüzde 70.43 dir.

Tablo 4.17: Algılanan Davranış Kontrolü Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

Kod	İfadeler	Faktörler	Açıklanan Varyans
PBC1	Sakin turizm için seyahat edip etmeme kararını tamamen kendim veririm	,852	%70.43
PBC2	Sakin turizm yerlerini ziyaret edebilmek için yeterli maddi imkana sahibim	,885	
PBC3	Sakin turizm yerlerini ziyaret edebilmek için yeterli zamana sahibim	,777	
Toplam Açıklanan Varyans %70,43 Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Uygunluk Ölçümü= 0,671 Bartlett Küresellik Testi = 570,247 p=,000 (df=3) *p<,01			

4.3.8 Memnuniyet Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

Araştırmada 11 ifadeden oluşan memnuniyet ölçeği açıklayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör yapısını bozan ve 0.60 faktör yükünün altında hiçbir ifadeye rastlanmamıştır. Verilerin analize uygunluğunu test etmek amacıyla ilk önce Bartlett testi ve KMO değerline bakılmıştır. Aşağıdaki tablodan da görüldüğü üzere memnuniyet ölçeğine ilişkin yapılan Bartlett testinin anlamlı, KMO değerinin (0.938) ise 0.50 olan minimum değerın üstünde olduğu görülmektedir. Aşağıdaki tablo 4.18`de memnuniyet ölçeğine ilişkin ifadelerin varimax rotasyonu tekniği kullanılarak aldığı faktör yükleri belirtilmiştir. Tablo`ya göre memnuniyet ölçeği iki boyuttan (1. Faktör: S1, S4, S7, S8; 2. Faktör: S2, S3, S5, S6, S9, S10 ve S11) oluşmaktadır ve toplam açıklanan varyans değeri %76.66 dır.

Tablo 4.18: Memnuniyet Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

Ko d	İfadeler	Faktörler		Açıklanan Varyans
		1.Faktör	2.Faktör	
S1	Genel olarak Seferihisarın tarihi zenginliğinden memnun kaldım	,869		%32.35
S4	Genel olarak Konaklama yerindeki temizlikten memnun kaldım	,864		
S7	Seferihisardaki çevrenin genel temizliğinden memnun kaldım	,672		
S8	Genel olarak Seferihisardaki doğal çevrenin zenginliğinden memnun kaldım	,849		
S2	Genel olarak Seferihisardaki tesislerin (restoran, otel) müşteri ile olan iletişiminden memnun kaldım		,728	%44.31
S3	Genel itibarı ile Seferihisardaki yeme –içme hizmetlerinden memnun kalmadım(*)		,826	
S5	Genel olarak Seferihisardaki fiyat seviyesinden (konaklama, ulaşım, eğlence) memnun kaldım		,721	
S6	Genel olarak Seferihisardaki yerel halkın turistlere karşı davranışından memnun kaldım		,838	
S9	Genel olarak Seferihisardaki yemeklerden memnun kaldım		,750	
S10	Genel olarak Seferihisardaki konakladığım yerin kalite standartlarından memnun kaldım		,771	
S11	Genel olarak Seferihisardan memnun kaldım		,820	
Toplam Açıklanan Varyans %76.66 Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Uygunluk Ölçümü= 0,938 Bartlett Küresellik Testi = 5963,299 p=,000 (df=55) *p<,01				

4.3.9 Yeniden Ziyaret Niyetine Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

Araştırmada üç ifadeden oluşan yeniden ziyaret niyeti ölçeği keşfedici faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör yapısını bozan ve 0.60 faktör yükünün altında hiçbir ifadeye rastlanmamıştır. Verilerin analize uygunluğunu test etmek amacıyla ilk önce Bartlett testi ve KMO değerline bakılmıştır. Aşağıdaki tablodan da görüldüğü üzere yeniden ziyaret niyeti ölçeğine ilişkin yapılan Bartlett testinin anlamlı, KMO değerinin (0.759) ise 0.50 olan minimum değerın üstünde olduğu görülmektedir. Aşağıdaki tablo 4.19`da yeniden ziyaret niyeti ölçeğine ilişkin ifadelerin varimax rotasyonu tekniği kullanılarak aldığı faktör yükleri belirtilmiştir. Tablo`ya göre yeniden ziyaret niyeti ölçeği tek boyuttan oluşmaktadır ve toplam açıklanan varyans değeri yüzde 87.61 dir.

Tablo 4.19: Yeniden Ziyaret Niyetine Ölçeğine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

Kod	İfadeler	Faktörler	Açıklanan Varyans
I1	Gelecek seyahatlerimde Seferihisarı tekrar ziyaret etmek isterim	,947	%87.61
I2	Gelecek seyahatlerimde Seferihisar`ı tekrar ziyaret etmeyi planlarım	,923	
I3	Gelecek seyahatlerimde Seferihisar`ı yeniden ziyaret etmek için çaba gösteririm	,938	
Toplam Açıklanan Varyans %87.61 Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Uygunluk Ölçümü= 0,759 Bartlett Küresellik Testi = 1455,549 p=,000 (df=3) *p<,01			

4.4 Güvenirlilik Analizi Sonuçları

Ölçeğin farklı zamanlarda yapılan testlerde tutarlı sonuçlar vermesi ve uyumunu güvenilirlik ortaya koyar. Ölçeğin güvenilirliğini saptamak için içsel tutarlılık, test-yeniden test gibi farklı yönlemler kullanılmaktadır. İçsel tutarlılık sıkça başvurulun güvenilirlik yöntemlerinden biridir (Malhotra, 2010). İçsel tutarlılığın değerlendirilmesinde Chronbach Alfa değerlerine bakılır. Chronbach alfa 0-1 arasında

değerler almaktadır. Chronbach alfa değerinin 1'e yakınlığı güvenilirliğin daha yüksek olmasına işaret etmektedir. Aşağıdaki tablo 4.20'de Chronbach Alfa yorumlanmasına ilişkin değer aralıkları verilmiştir.

Tablo 4.20: Chronbach Alfa Katsayısı Değer Aralıkları

Chronbach Alfa	Güvenirlilik Yorumu
≥ 0.9	Mükemmel
$0.8 \leq \alpha < 0.9$	İyi
$0.7 \leq \alpha < 0.8$	Kabul Edilebilir
$0.6 \leq \alpha < 0.7$	Şüpheli
$0.5 \leq \alpha < 0.6$	Zayıf
$\alpha < 0.5$	Kabul Edilemez

Yukarıdaki paragrafa istinaden bu çalışmada da ölçeklerin güvenilirliğinin testinde chronbach alfa değerlerinden yararlanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik sonuçlarına aşağıdaki bölümlerde yer verilmiştir.

4.4.1 Çevre Kaygısına Yönelik Ölçeğin Güvenirlilik Anal

Tablo 4.21’de dokuz değişkenden oluşan çevre ölçeğinin güvenilirlik analizine ilişkin istatistiki değerleri görülmektedir. Bu ölçeğe ilişkin alfa katsayısı 0,920’dır. Tablo 4.21’de görüldüğü üzere çevre bilinci ölçeğinden silinecek her hangi bir değişken içsel tutarlılık oranını yükseltmediğinden hiç bir değişkenin ölçekten çıkarılması gerekmemektedir.

Tablo 4.21: Çevre Kaygısı Ölçeğinin Güvenilirlik Analizine İlişkin İstatistiki Değerleri

İfadeler	Düzeltilmiş Değişken Ölçek Korelasyonu	Değişken Silindiğinde Ölçeğin Alfa Katsayısı
İnsanın doğaya müdahalesi kötü sonuçlara neden oluyor	.775	.906
Günlük yaşamda düzenli olarak su tasarrufu yapılmamalıdır (*)	.767	.907
İnsanlık çevreyi tahrip ediyor	.744	.908
Günlük yaşamda düzenli olarak çevre dostu ürünler satın alınmalıdır	.571	.920
Üreticiler üretim sürecinde geri dönüştürülebilir malzemeleri kullanmalıdırlar	.793	.905
Reklamlarda ürünlerin çevresel zararlarından bahsedilmesi gerekmektedir	.736	.909
Günlük yaşamda düzenli olarak enerji tasarrufu yapılmamalıdır (*)	.551	.920
Doğayla uyum içinde yaşamalıyız	.830	.902
Diğer canlılar da insanlar gibi yaşama hakkına sahiptirler	.653	.914

4.4.2 İlgilenime Yönelik Ölçeğin Güvenilirlik Analizi

Tablo 4.22’de beş değişkenden oluşan çevre ölçeğinin güvenilirlik analizine ilişkin istatistiki değerleri görülmektedir. Bu ölçeğe ilişkin alfa katsayısı 0.826’dır.. Tablo 4.22’de görüldüğü üzere ilgilenim ölçeğinden “Fırsat buldukça sakın turizm yerlerini ziyaret etmek isterim” değişkeni silindiğinde ölçeğin alfa katsayısı 0,844’e yükselecektir. Ancak güvenilirlik değerindeki artış minimum düzeyde olduğundan bu değişkenin ölçekten çıkarılmasına gerek duyulmamıştır.

Tablo 4.22: İlgilenim Ölçeğinin Güvenilirlik Analizine İlişkin İstatistiki Değerleri

İfadeler	Düzeltilmiş Değişken Ölçek Korelasyonu	Değişken Silindiğinde Ölçeğin Alfa Katsayısı
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmek benim için önemlidir	.618	.794
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmek ilgi alanıma girer	.654	.782
Sakin turizm yerlerini ziyaret ettiğimi başkaları ile paylaşmaktan mutluluk duyarım	.662	.779
Fırsat buldukça sakın turizm yerlerini ziyaret etmek isterim	.460	.844
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmeyi severim	.760	.752

4.4.4 Kültürel Duyarlılığa Yönelik Ölçeğin Güvenilirlik Analizi

Tablo 4.24’de dört değişkenden oluşan kültürel duyarlılık ölçeğinin güvenilirlik analizine ilişkin istatistiki değerleri görülmektedir. Bu ölçeğe ilişkin alfa katsayısı 0,891’dir. Tablo 4.24’de görüldüğü üzere çevre bilinci ölçeğinden silinecek her hangi bir değişken içsel tutarlılık oranını yükseltmediğinden hiç bir değişkenin ölçekten çıkarılması gerekmemektedir.

Tablo 4.24: Kültürel Duyarlılık Ölçeğinin Güvenilirlik Analizine İlişkin İstatistiki Değerleri

İfadeler	Düzeltilmiş Değişken Ölçek Korelasyonu	Değişken Silindiğinde Ölçeğin Alfa Katsayısı
Tatil yerlerindeki yerel kültür korunmalıdır	.708	.886
Kültürüm benim için çok önemlidir	.774	.855
Seyahatlerimde kendi kültürümden farklı bir kültür görmenin önemli olduğunu düşünüyorum	.777	.854
Seyahatlerimde turizm yerinin tarihi hakkında bilgi sahibi olmanın önemli olduğunu düşünüyorum	.802	.847

4.4.5 Sakin Turizme Karşı Tutuma Yönelik Ölçeğin Güvenilirlik Analizi

Tablo 4.25’de yedi değişkenden oluşan tutum ölçeğinin güvenilirlik analizine ilişkin istatistiki değerleri görülmektedir. Bu ölçeğe ilişkin alfa katsayısı 0,845’tir. Tablo 4.25’de görüldüğü üzere tutum ölçeğinden silinecek her hangi bir değişken içsel tutarlılık oranını yükseltmediğinden hiç bir değişkenin ölçekten çıkarılması gerekmemektedir.

Tablo 4.25: Tutum Ölçeğinin Güvenilirlik Analizine İlişkin İstatistiki Değerleri

İfadeler	Düzeltilmiş Değişken Ölçek Korelasyonu	Değişken Silindiğinde Ölçeğin Alfa Katsayısı
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmeye karşı tutumum olumludur	.657	.817
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmenin ekonomik açıdan faydalı olduğunu düşünüyorum	.607	.823
Sakin turizmin çevrenin korunması açısından faydalı olduğuna inanıyorum	.518	.835
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmenin turizm yerlerinin gelişmesi açısından yararlı olduğunu düşünüyorum	.679	.811
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmenin cazip olduğuna inanıyorum	.579	.827
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmenin keyifli olduğunu düşünüyorum	.542	.833
Yakın gelecekte sakın turizm yerlerini ziyaret ettiğimde yerel halk gibi yaşamayı düşünüyorum	.655	.817

4.4.6 Subjektif Norma Yönelik Ölçeğin Güvenilirlik Analizi

Tablo 4.26’da dört değişkenden oluşan subjektif norm ölçeğinin güvenilirlik analizine ilişkin istatistiki değerleri görülmektedir. Bu ölçeğe ilişkin alfa katsayısı 0,856’dır. Tablo 4.26’da görüldüğü üzere tutum ölçeğinden silinecek her hangi bir değişken içsel tutarlılık oranını yükseltmediğinden hiç bir değişkenin ölçekten çıkarılması gerekmemektedir.

Tablo 4.26: Subjektif Norm Ölçeğinin Güvenilirlik Analizine İlişkin İstatistiki Değerleri

İfadeler	Düzeltilmiş Değişken Ölçek Korelasyonu	Değişken Silindiğinde Ölçeğin Alfa Katsayısı
Çevremdeki insanlar tatil için bana en uygun seçeneğin sizin için turizm olduğunu düşünür	.640	.841
Çevremdeki insanlar tatil için sizin için turizm yerlerine gitmemi destekler	.679	.826
Çevremdeki insanlar tatil için sizin için turizm yerlerine gitmemi olumlu değerlendirir	.721	.807
Çevremdeki insanlar tatil için sizin için turizm yerlerine gitme konusunda benimle aynı fikirdeler	.760	.792

4.4.7 Algılanan Davranış Kontrolüne Yönelik Ölçeğin Güvenilirlik Analizi

Tablo 4.27’de üç değişkenden oluşan algılanan davranış kontrolü ölçeğinin güvenilirlik analizine ilişkin istatistiki değerleri görülmektedir. Bu ölçeğe ilişkin alfa katsayısı 0.771’dir. Tablo 4.27’de görüldüğü üzere algılanan davranış kontrolü ölçeğinden “Sakin turizm yerlerini ziyaret edebilmek için yeterli zamana sahibim” değişkeni silindiğinde ölçeğin alfa katsayısı 0,797’e yükselecektir. Ancak güvenilirlik değerindeki artış minimum düzeyde olduğundan bu değişkenin ölçekten çıkarılmasına gerek duyulmamıştır.

Tablo 4.27: Algılanan Davranış Kontrolü Ölçeğinin Güvenilirlik Analizine İlişkin İstatistiki Değerleri

İfadeler	Düzeltilmiş Değişken Ölçek Korelasyonu	Değişken Silindiğinde Ölçeğin Alfa Katsayısı
Sakin turizm için seyahat edip etmeme kararını tamamen kendim veririm	.629	.687
Sakin turizm yerlerini ziyaret edebilmek için yeterli maddi imkana sahibim	.688	.605
Sakin turizm yerlerini ziyaret edebilmek için yeterli zamana sahibim	.547	.797

4.4.8 Memnuniyete Yönelik Ölçeğin Güvenilirlik Analizi

Tablo 4.28’de 11 değişkenden olusan memnuniyet ölçeğinin güvenilirlik analizine ilişkin istatistiki değerleri görülmektedir. Bu ölçeğe ilişkin alfa katsayısı 0,950’dir. Tablo 4.28’de görüldüğü üzere tutum ölçeğinden silinecek her hangi bir değişken içsel tutarlılık oranını yükseltmediğinden hiç bir değişkenin ölçekten çıkarılması gerekmemektedir.

Tablo 4.28: Memnuniyet Ölçeğinin Güvenilirlik Analizine İlişkin İstatistiki Değerleri

İfadeler	Düzeltilmiş Değişken Ölçek Korelasyonu	Değişken Silindiğinde Ölçeğin Alfa Katsayısı
Genel olarak Seferihisarın tarihi zenginliğinden memnun kaldım	.749	.946
Genel olarak Konaklama yerindeki temizlikten memnun kaldım	.808	.944
Seferihisardaki çevrenin genel temizliğinden memnun kaldım	.751	.946
Genel olarak Seferihisardaki doğal çevrenin zenginliğinden memnun kaldım	.732	.947
Genel olarak Seferihisardaki tesislerin (restoran, otel) müşteri ile olan iletişiminden memnun kaldım	.728	.947
Genel itibarı ile Seferihisardaki yeme –içme hizmetlerinden memnun kalmadım(*)	.785	.945
Genel olarak Seferihisardaki fiyat seviyesinden (konaklama, ulaşım, eğlence) memnun kaldım	.798	.944
Genel olarak Seferihisardaki yerel halkın turistlere karşı davranışından memnun kaldım	.797	.945
Genel olarak Seferihisardaki yemeklerden memnun kaldım	.812	.944
Genel olarak Seferihisardaki konakladığım yerin kalite standartlarından memnun kaldım	.733	.947
Genel olarak Seferihisardan memnun kaldım	.839	.943

4.4.9 Yeniden Ziyaret Niyetine Yönelik Ölçeğin Güvenilirlik Analizi

Tablo 4.29’da üç değişkenden oluşan yeniden ziyaret niyeti ölçeğinin güvenilirlik analizine ilişkin istatistiki değerleri görülmektedir. Bu ölçeğe ilişkin alfa katsayısı 0,928’dir. Tablo 4.29’da görüldüğü üzere tutum ölçeğinden silinecek her hangi bir değişken içsel tutarlılık oranını yükseltmediğinden hiç bir değişkenin ölçekten çıkarılması gerekmemektedir.

Tablo 4.29: Yeniden Ziyaret Niyeti Ölçeğinin Güvenilirlik Analizine İlişkin İstatistiki Değerleri

İfadeler	Düzeltilmiş Değişken Ölçek Korelasyonu	Değişken Silindiğinde Ölçeğin Alfa Katsayısı
Gelecek seyahatlerimde Seferihisar’ı tekrar ziyaret etmek isterim	.877	.879
Gelecek seyahatlerimde Seferihisar’ı tekrar ziyaret etmeyi planlarım	.828	.914
Gelecek seyahatlerimde Seferihisar’ı yeniden ziyaret etmek için çaba gösteririm	.858	.893

4.5 Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Önerilen Modelin Testi İçin Yapılan Yapısal Eşitlik Modeli Sonuçları

Değişkenler arasındaki ilişkiyi analiz etmek için çeşitli yöntemler vardır. Örneğin diskriminant analizi (DA), yol analizi (PA), faktör analizi (FA), çoklu regresyon analizi (MRA), yapısal eşitlik modellemesi (YEM). Bu çalışmanın modelini test etmek için yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır.

Kovaryansa dayalı yapısal eşitlik modellemesi (YEM) (LISREL, AMOS) ve varyansa dayalı (PLS) yapısal eşitlik modellemesi gibi analiz teknikleri verileri ve temel teoriyi bir araya getirmeyi kolaylaştıran ve birinci nesil analiz tekniklerinin (Anova, Regresyon) aksine aynı zamanda çok değişkenli bağımlı ilişkiyi test etmeyi sağlayan

ikinci nesil bir analiz tekniğidir (Hair vd., 2010; Schumacker ve Lomax, 2010, Tabachnik ve Fidell, 2007).

YEM de iki tür değişken vardır. Bunlar gözlemlenmeyen /gizil değişken ve gözlemlenen değişkenlerdir. Gizil değişkenler modelde hem bağımlı (endogenous) hemde bağımsız (exogenous) değişken olabilmektedirler. Analizin yapılabilmesi için her gizil değişkene gizil değişkenlerin ölçülebilmesini sağlayan iki veya daha fazla gözlenen değişkenin bağlı olması gerekmektedir (Hair vd., 2010; Byrne, 2012).

Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) iki modelden oluşmaktadır. Bunlar ölçüm modeli ve yapı modelidir. (Gefen vd., 2000). Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) olarak da bilinen ölçüm modeli, modelin kullandığı yapıları (gizil değişkenler) tanımlar ve her birine gözlemlenen değişkenleri bağlarken, regresyon veya yol analizi olarak da bilinen yapısal model gizil değişkenler arasındaki ilişkiyi tanımlamaktadır (Malhotra, 2010; Hair vd., 2010; Gefen vd., 2000).

Yapısal modeli test etmeden önce ölçüm modelinin güvenilir ve geçerliliğinin test edilmesi gerekmektedir. İlk önce gizil değişkenlerin ölçülmesini sağlayan gözlemlenen değişkenlerin faktör yüklerinin 0.70'den yüksek ve istatistiksel olarak anlamlı olması gerekmektedir (t değerlerinin kritik t değerlerinden büyük olması gerekmektedir). Ek olarak Yapı güvenilirliği, ortalama açıklanan varyans ve ayırt edici geçerlilik değerlerine bakılmaktadır. Bu konular tezin ölçüm modeli kısmında detaylı anlatılmıştır.

YEM`de modelin testinde genellikle iki yaklaşım kullanılmaktadır. Bunlar tek aşamalı ve iki aşamalı yaklaşımlardır. Tek adımlı yaklaşım hem ölçüm modelini hem de yapısal modeli aynı anda tahmin etmektedir (Hair vd., 2010). Tek adımlı yaklaşım, model güçlü teorik gerekçelerden türetildiğinde ve ölçüm öğeleri önceki araştırmalarda iyi bir şekilde belirlendiğinde önerilmektedir (Hair vd., 2010; Fornel ve Yi, 1992). Ancak iyi model uyumu elde etmekde zorluk nedeniyle daha az dikkate

alınmıştır (Hulland vd., 1996).

Genellikle YEM alanında, bir aşamalı yaklaşım yerine iki aşamalı yaklaşım tercih edilmektedir (Hair vd., 2010). İki aşamalı yaklaşımda başlangıçta ölçüm modeli, modelin tek boyutluluk, güvenilirlik, geçerliliği (yakınsak ve ayırt edici) gözlenerek değerlendirilir. İkinci adımda, teorik olarak önerilen gizil yapılar arasındaki yol katsayılarına dayanarak nedensel ilişkiler doğrulanarak yapısal model değerlendirilmektedir (Anderson ve Gerbing, 1988; Garver ve Mentzer, 1999). Bu çalışmada YEM'deki araştırmacıların çoğunluğu tarafından da önerilen iki aşamalı bir yaklaşım benimsenmiştir (Chin vd., 2010; Anderson ve Gerbing, 1988).

4.5.1 Kovaryans YEM ve Varyans YEM

Bazı araştırmacılar, bu iki tekniğin de birbirlerinin aynı olduğunu iddia etmişlerdir (Chin, 1998; Thompson vd., 1991). Temel olarak, bu iki teknik seti, tahmin yöntemine göre farklılık göstermektedir. Örneğin, Kovaryans YEM, gözlenen ve tahmin edilen kovaryans matrisini karşılaştırmak için maximum olabilirlik (ML) tahmin yöntemini uygulamaktadır (Hair vd., 2006). Kovaryans YEM'in temel amacı, teoriden çıkarılan ölçüm maddelerinin verilerle desteklendiğini açıklamaktır (Bollen, 1989; Joreskog ve Sorbom, 2005). Diğer bir deyişle, Kovaryans YEM kullanılarak incelenen model, gözlemlenen matrisin örnekleme varyasyonu içindeki, ayrıca verilere iyi uyan ve genellikle uygun model olarak kabul edilen tahmini bir kovaryans matrisi üretmektir (Hair vd., 2010).

Kovaryans YEM içindeki veri örneğinin daha yüksek olması (en az 100 veya 150) olması ve ki-kare, CFI, RMSEA ve GFA gibi uygunluk indekslerini elde etmek için çok değişkenli normal olduğu varsayılmıştır (Bollen, 1989; Hair vd., 2010; Tabachnick ve Fidell, 2007). Ancak gerçek hayatta özellikle sosyal bilim araştırmalarında çok değişkenli normal dağılıma ulaşmak neredeyse imkansızdır.

Bundan dolayı PLS YEM tekniklerine kıyasla Kovaryans bazlı YEM'in dezavantajlarından biri, modelin her zaman birbirine yakınlaşamayan bir sonuç üretmemesi ve sonuç vermemesidir, bundan kaynaklı modelin değiştirilmesi veya teorisinin yeniden değerlendirilmesi gerekmektedir (Chin, 1998; Henseler vd., 2009). Bununla birlikte, bu tür modifikasyonların sonucu elde edilen modeller, genellikle gerçek modellere uygun değildir ve aşırı basit olma eğilimindedir (Sarstedt, Ringle, Henseler, ve Hair, 2014).

PLS, yapısal eşitlik modellerini test etmek için kullanılan bileşen bazlı yaklaşım olarak da bilinen varyansa dayalı bir yaklaşımdır. Aynı zamanda normal bir dağılım varsayımı gerektirmeyen bir modelleme tekniği olarak da bilinir (Chin, 2010). Haenlein ve Kaplan (2004)'e göre, PLS ilk olarak bağımsız değişkenler tarafından açıklanan bağımlı değişkenin varyansını maksimize etmeye odaklanan NIPALS (doğrusal olmayan yinelemeli kısmi en küçük kareler) adı altında, 1975 yılında H. Wold tarafından tanıtılmıştır. PLS, ilk model parametrelerini ve ardından durum değerlerini tahmin eden kovaryans bazlı YEM'den farklı olarak, durum değerlerini hesaplayarak başlamaktadır.

Kovaryans bazlı YEM'de olduğu gibi, PLS modelleri de iki bölümden oluşur; gizil değişkenler arasındaki ilişkileri gösteren yapısal bir bölüm ve gizil değişkenler ile göstergeleri arasındaki ilişkiyi gösteren bir ölçüm bölümü. Urbach ve Ahlemann (2010)'a göre, PLS ya teorik doğrulama (doğrulamalı faktör analizi) veya teori geliştirme için kullanılabilir.

Bu çalışmada PLS YEM in kullanılma nedenleri aşağıda belirtilmiştir,

- Çok değişkenli normal dağılımın olmaması
- Çok ifadeli değişkenlerin mevcudluğu
- Model yapısının kompleks olması

4.5.2 Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Önerilen Modelin Testi İçin Ölçüm Modeli

Yapısal Eşitlik Modellemesinde yapı modelini (structural model) test etmeden önce ölçüm modelinin testi yapılır. Bu çalışmada ölçüm modelini değerlendirmek için, Chin (2010) tarafından önerilen ölçüm modeli doğrulama kılavuzu takip edilmiştir. Daha ayrıntılı olarak, Covaryans YEM (CB-YEM) de yapıldığı gibi PLS-YEM`de de ölçüm modelinin testinde yapı güvenilirliği (construct reliability), ortalama açıklanan varyans (AVE) ve ayırt edici geçerlilik (discriminant validity) değerlerine bakılmıştır.

Yapısal Eşitlik Modellemesinde güvenilirliğin testinde Chronbach alpha değeri yapı ifadelerinin sayına duyarlı olduğundan, onun yerine yapı güvenilirlik (construct reliability) değerlerine bakılmaktadır. Yapı güvenilirliği gözlenen değişkenlerin factor yüklerini dikkate almaktadır. Yapı güvenilirliği değerleri 0-1 arasında değişen değerler almaktadır. Her bir boyutun 0.60 ve üzerinde değere ulaşması yapı güvenilirliği açısından gerekmektedir (Hair vd., 2010).

Bir ölçeğin yeterli olması için tek başına güvenilirliğin değerlendirilmesi yeterli değildir (Anderson ve Gerbing, 1988; Hair vd., 2010; Straub vd., 2010). Önerilen modelde tanımlanan tüm yapıların doğrulanması da gerekmektedir. Yapı geçerliliği, kullanılan ölçeğin gerçekte ne ölçtüğü ile ilgilidir. Bu tez çalışmasında yapı geçerliği hem yakınsak geçerlilik hem de ayırt edici geçerlilik analizi edilerek incelenmiştir.

Yakınsak geçerlilik, aynı yapıyı ölçen çoklu ölçek öğelerinin uyum içinde olduğu iç tutarlılığın ölçüsüdür (Straub vd., 2010). Yakınsak geçerlilik gizil değişkeni ölçen göstergelerin varsayılan yapını ölçtüğünden emin olmak için kullanılmaktadır. Yakınsak geçerliliği, “yapıyı yansıtan ayrı ayrı öğelerin farklı yapıları ölçen öğelere kıyasla birleşme derecesi” olarak tanımlanmaktadır. Yapıların yakınsak geçerliliğini değerlendirmek için araştırmacılar göstergelerin dış faktör yüklerini ve çıkarılan

ortalama varyansı (AVE) dikkate almaktadır.

Faktör yükleri için önerilen değer 0.70 ve büyük olmalıdır. Faktör yükünün yüksek olması göstergelerin aynı yapıyı ölçmesi olarak kabul edilir. Eğer Faktör yükü 0.70'den az olan ifadeler analizden çıkartılınca yapı güvenilirliğini ve yakınsak geçerliliği iyileştiriyorsa analizden çıkartılmalıdır. Aksi takdirde analizden çıkartılmamalıdır. Bununla birlikte, çok düşük faktör yüke sahip göstergeler (0,40'ın altında), her zaman yapıdan çıkartılmalıdır (Bagozzi, Yi, ve Philipps, 1991; Hair vd., 2010).

Urbach ve Ahlemann (2010) 'e göre, ortalama açıklanan varyans (AVE), “gizil bir değişkenin, ölçüm hatalarından kaynaklanan varyans miktarına göre ölçüm göstergelerinden elde ettiği varyans miktarını ölçmek için” kullanılır. AVE için önerilen değer ise 0.50'dan büyük olmalıdır (Hair vd., 2010; Urbach ve Ahlemann, 2010) . 0.50 değeri, ölçüm değişkeninin en az % 50'sinin gizil değişken tarafından açıklandığı anlamına gelir. Bu çalışmada da bu değer yakınsak geçerliliği desteklemek için bir gösterge olarak kullanılmıştır. AVE'nin hesaplanması için formül aşağıda belirtilmiştir.

$$\frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum_i var(\varepsilon_i)}$$

$$AVE =$$

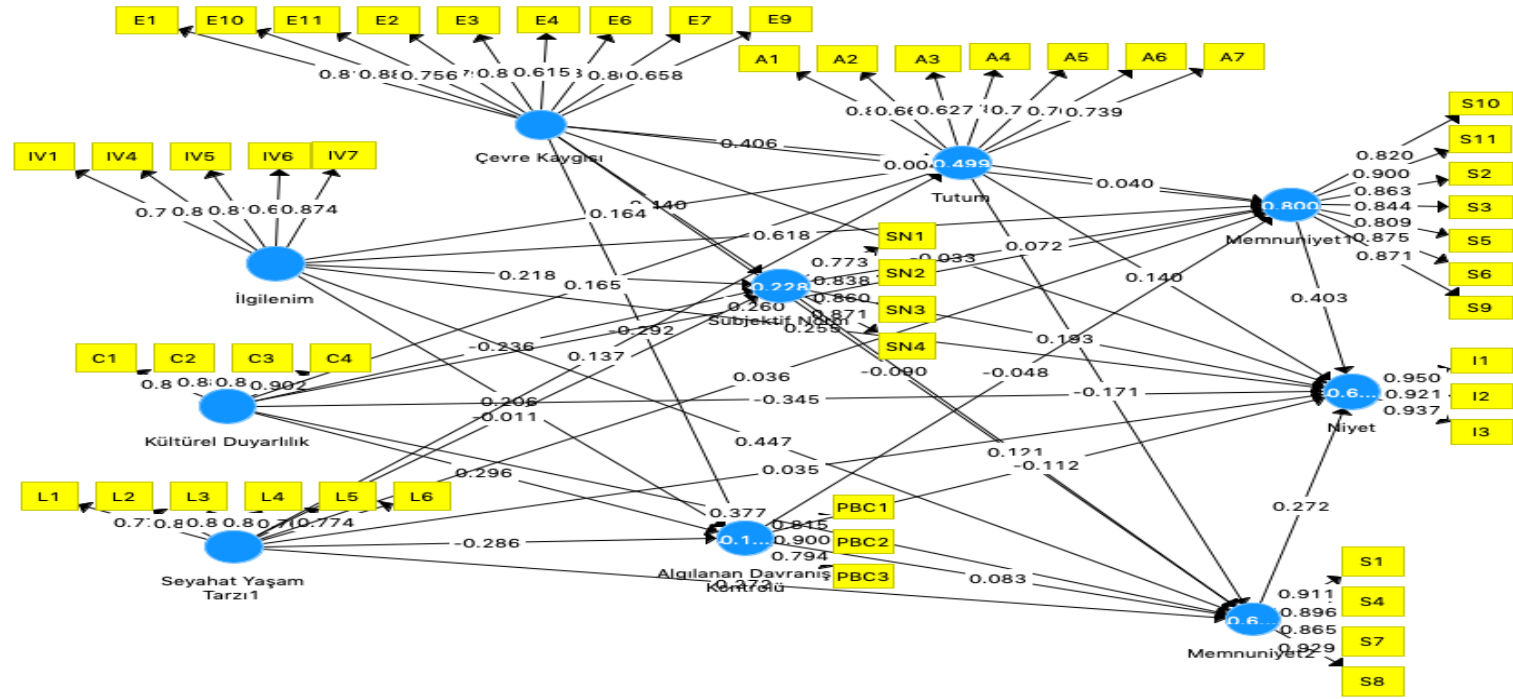
$$\lambda = \text{Gözlenen değişkenin faktör yükü}$$

$$var(\varepsilon_i) = 1 - \lambda_1^2$$

Yukarıda belirtildiği gibi geçerliliğin testi için kullanılan bir diğer metod ayırt edici geçerliliklerdir. Ayırt edici geçerlilik, bir yapının ampirik standartlara göre diğer yapılardan gerçekten farklı olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, ayırt edici

geçerliliği sağlamak, bir yapının benzersiz olduğu ve modeldeki diğer yapılar tarafından ölçölmeeyen olguları ölçtüğü anlamına gelmektedir. Fornell-Larcker kriteri, ayırt edici geçerliliği değerlendirmede en sık kullanılan yaklaşımlardan biridir. Ortalama açıklanan varyans değerlerinin karekökünü gizil değişken korelasyonları ile karşılaştırır. Spesifik olarak, her yapının ortalama açıklanan varyansının karekökü, diğer tüm yapılarla en yüksek korelasyonundan daha büyük olmalıdır. Aşağıda şekil 1 de SMART PLS programı kullanılarak elde edilen ölçüm modeli gösterilmiştir.





Şekil 4.1: Ölçüm Modeli

Tablo 4.30:Gizil Değişkenlere İlişkin Yapı Güvenilirliği ve Ortalama Açıklanan Varyans Oranları

İfade Kodu	Faktör Yüğü	AVE	CR Yapı Güvenirliğı
Çevre Kaygısı			
E1	0,812	0.609	0.933
E10	0,888		
E11	0,756		
E2	0,796		
E3	0,805		
E4	0,615		
E6	0,846		
E7	0,807		
E9	0,658		
İlgilenim			
IV1	0,757	0.605	0.883
IV4	0,808		
IV5	0,811		
IV6	0,616		
IV7	0,874		
Kültürel Duyarlılık			
C1	0,826	0.76	0.927
C2	0,882		
C3	0,877		
C4	0,902		
Seyahat yaşam tarzı			
L1	0,778	0.652	0.918
L2	0,837		
L3	0,814		
L4	0,871		
L5	0,765		
L6	0,774		
Tutum			
A1	0,802	0.521	0.883
A2	0,668		
A3	0,627		
A4	0,784		
A5	0,718		
A6	0,700		
A7	0,739		
Subjektif Norm			
SN1	0,773	0.699	0.903
SN2	0,838		
SN3	0,860		
SN4	0,871		
Algılanan Davranış Kontrolü			
PBC1	0,815	0.702	0.876
PBC2	0,900		
PBC3	0,794		
Çevre Memnuniyeti			

S1	0,911	0.811	0.945
S4	0,896		
S7	0,865		
S8	0,929		
Memnuniyet			
S10	0,820	0.731	0.950
S11	0,900		
S2	0,863		
S3	0,844		
S5	0,809		
S6	0,875		
S9	0,871		
Yeniden Ziyaret Niyeti			
I1	0,950	0.876	0.955
I2	0,921		
I3	0,937		

Yukarıdaki tablo 4.30`da ölçüm modeline ilişkin standardize faktör yükleri, ortalama açıklanan varyans ve yapı güvenirlik değerleri yer almaktadır. Tablo`ya göre, beş gözlenen değişkenin (E4, E9, IV6, A2 ve A3) faktör yükü 0.70 altındadır. Hair (2014), e göre, eğer faktör yükü 0.70 altında olan gözlenen değişkeni ölçüm modelinden çıkartıldığında güvenirlik ve geçerlilik değerlerinde iyileşme olur ise silinmesi gereklidir, aksi takdirde gözlenen değişkenin modelde tutulması gerekmektedir. Bu araştırmada, faktör yükleri 0.70 altında olan gözlenen değişkenler silindiğinde güvenirlik ve geçerlilik değerlerinde iyileşme olmadığından gözlenen değişkenlerin modelde kalmasına karar verilmiştir. Ek olarak Tablo 4.30`a göre tüm boyutlar için yapı geçerlilik ve ortalama açıklanan varyans değerleri kabul edilebilir 0.60 (CR) ve 0.50 (AVE)`nin üzerinde olduğu görülmüştür.

Aşağıdaki tablo 4.31 Fornell-Larcker kriterine göre hesaplanmış ayırt edici geçerlilik değerlerini göstermektedir. Tablo 4.31`e göre ortalama açıklanan varyans değerlerinin karakökü ilgili değişkenlerin korelasyon değerlerinden büyük olması nedeniyle ayırt edici geçerliğin de sağlandığı görülmüştür.

Table 4.31:Yapılar arasındaki Korelasyon (Fornell-Larcker Criterion)

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Algılanan Davranış Kontrolü	0.838									
Kültürel Duyarlılık	0.165	0.872								
Memnuniyet1	0.087	0.778	0.855							
Çevre Memnuniyeti	0.176	0.728	0.750	0.901						
Niyet	-0.050	0.453	0.690	0.593	0.936					
Seyahat Yaşam Tarzı l	-0.146	0.452	0.386	0.506	0.326	0.807				
Subjektif Norm	0.077	0.167	0.328	0.248	0.443	0.051	0.836			
Tutum	0.052	0.575	0.598	0.400	0.497	0.355	0.348	0.722		
Çevre Kaygısı	-0.057	0.548	0.617	0.409	0.493	0.216	0.451	0.633	0.780	
İlgilenim	0.146	0.765	0.817	0.716	0.656	0.335	0.321	0.601	0.652	0.778

4.4.3 Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Önerilen Modelin Testi İçin Yapısal Model

Ölçüm modelinin uygunluğunun değerlendirilmesinden sonra yapısal modelin testi yapılmaktadır. Yapısal model varsayımsal modelin yapılarını birbirine bağlayan bir veya daha fazla bağımlılık ilişkisi kümesi olarak tanımlanmakta ve değişkenlerin yapılar arasındaki ilişkilerini temsil etmektedir (Urbach ve Ahlemann, 2010). Yapısal model, hangi gizil yapıların doğrudan veya dolaylı olarak modeldeki diğer gizil yapıların değerlerini etkilediğini belirlemeyi amaçlamaktadır (Byrne, 1988). PLS-YEM'deki yapısal model, r kare Q kare ve yol katsayısı gibi yapısal modelin açıklayıcı gücü incelenerek değerlendirilir (Hair ve diğ.)

4.4.3.1 Determinasyon Katsayısı (R^2)

Öncelikle modelin öngörü gücünün saptanabilmesi adına regresyon analiziyle denk düşecek şekilde Determinasyon Katsayısı (coefficient of determination) (R^2) değeri gözlemlenmiştir. Verilerin normal olarak dağıtılması kısmı en küçük kareler yöntemiyle yol modelleri gerekmemektedir. Modelin varsayımsal ilişkilere ne denli iyi uyduğunu belirleyen her bir gizil endojen değişken için karesel çoklu korelasyonlarla (R^2) değerlendirilmektedir. Açıklanan varyansa yönelik uygun açıklayıcı güç için bu değer % 10'u aşması gerekmektedir. Hipotezleri değerlendirebilmek adına ön yükleme (bootstrapping) talimatı kullanılmaktadır (Chin, 1998).

Ek olarak R^2 değeri 0 ile 1 arasında değişkenlik göstermektedir. 1 (Bir) değeri mükemmel tahminin doğruluğunu göstermektedir. R^2 değeri farklı araştırma alanlarında kabul gördüğünden, öngörücü kabul seviyesini belirlemek için standart bir kılavuz bulunmamaktadır. Örneğin Cohen (1988)'e göre, $R^2 = 0.02$ zayıf etkiye, $R^2 = 0.13$ orta etkiye, $R^2 = 0.26$ büyük etkiye sahiptir. Hair ve diğ (2011)'e göre, R^2 değeri 0.25 ise zayıf etkiye, 0.50 ise orta etkiye, 0.75 ve üzerinde ise büyük etkiye sahiptir.

Bu çalışmada Hair ve diğ (2011) sınıflaması dikkate alınmıştır.

Tablo 4.32: Gizil değişkenlerin R kare değerleri

	Determinasyon Katsayısı (R^2)	Düzeltilmiş R^2
Algılanan Davranış Kontrolü	0,137	0,131
Memnuniyet1	0,800	0,798
Çevre Memnuniyeti	0,671	0,667
Niyet	0,604	0,597
Subjektif Norm	0,228	0,223
Tutum	0,499	0,496

Yukarıdaki tablo 4.32’de yapısal modelin gizil değişkenlerinin determinasyon katsayıları verilmiştir. Tablo 4.32’e göre, algılanan davranış kontrolü ve subjektif norm değişkenleri için determinasyon katsayısı sırasıyla 0.137 ve 0.228 ile orta düzeyde etkiye sahiptir. En yüksek determinasyon katsayısına sahip değişkenler genel memnuniyet ($R^2= 0.800$), çevre memnuniyeti ($R^2= 0.671$) ve yeniden ziyaret niyeti ($R^2= 0.604$) değişkenidir. Sonuç olarak araştırmaya dahil edilen değişkenlerin yeniden ziyaret niyetini %60.4 derecesinde açıkladığı görülmektedir. Bu değer tavsiye edilen %50 değerinden yüksek olduğu için modelin turist davranışlarını açıklama gücünün iyi olduğu söylenebilir.

4.4.3.2 Stone-Geisser Q^2 Testi

Yapısal modelin tahmin etme gücünü test etmek için Stone-Geisser Q^2 testi kullanılmıştır. SmartPLS üzerinden kördüğümleme (Blindfolding) prosedürü kullanılarak Q^2 değerleri elde edilmektedir. Genellikle, söz konusu ölçüm dışsal yordayıcı değişkenlerin geçerliliğini değerlendirebilmek adına kullanılmaktadır. Değerlendirmenin kabul görebilmesi için, Q^2 değerinin sonuç olarak sıfırdan büyük değerler vermesi gerekmektedir (Hair vd., 2014). $Q^2 = 1$ modelin mükemmel olduğunu göstermektedir. Söz konusu durum yapısal modelin hatasız bir şekilde gerçeği yansıttığını göstermektedir. Bu çalışmada da Q değerini elde edebilmek adına, kör katlama (Blindfolding) yöntemi tercih edilmiştir (Tenenhaus vd., 2005). Tablo

4.33.'de verilen Q^2 değerlerinden de anlaşılacağı gibi Q^2 değerleri sıfırdan büyük olduğu için açıklayıcı gizil yapısı (explanatory latent construct) öngörüsöl düzey göstermektedir (Henseler vd., 2009). Özetle, model hatasız bir şekilde gerçeği yansıtmaktadır.

Tablo 4.33: Gizil değişkenlerin Q kare değerleri

Gizil Değişkenler	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
Algılanan Davranış Kontrolü	0.085
Memnuniyet1	0.543
Çevre Memnuniyeti	0.508
Yeniden Ziyaret Niyeti	0.495
Subjektif Norm	0.148
Tutum	0.231

Stone-Geiser Q^2 testi sonuçlarına göre $Q^2 (=1-SSE/SSO)$ değerleri, algılanan davranış kontrolü için 0.085, subjektif norm için 0.148, tutum için 0.231, niyet için 0.495, çevre memnuniyeti için 0.508, genel destinason memnuniyeti için 0.543 dır. Sonuç olarak, R^2 değerlerine ek olarak Q^2 değerleri, modelin hatasız olduğunu ve yapıların modelin genel uyumluluğu adına önemini göstermektedir.

4.4.3.3 Yol Katsayısı

Yol tahmini, yapısal modeldeki yol ilişkilerinin anlamlılığını incelemek için yapılır (Chin, 1998). Başka bir deyişle, yapısal model içinde sunulan her yol ilişkisi regresyon katsayısı (β) değeri ile incelenir. Regresyon katsayısının anlamlılık düzeyini ise PLS Bootstrap işlemleri kullanılarak elde edilen t-değerine dayanmaktadır.

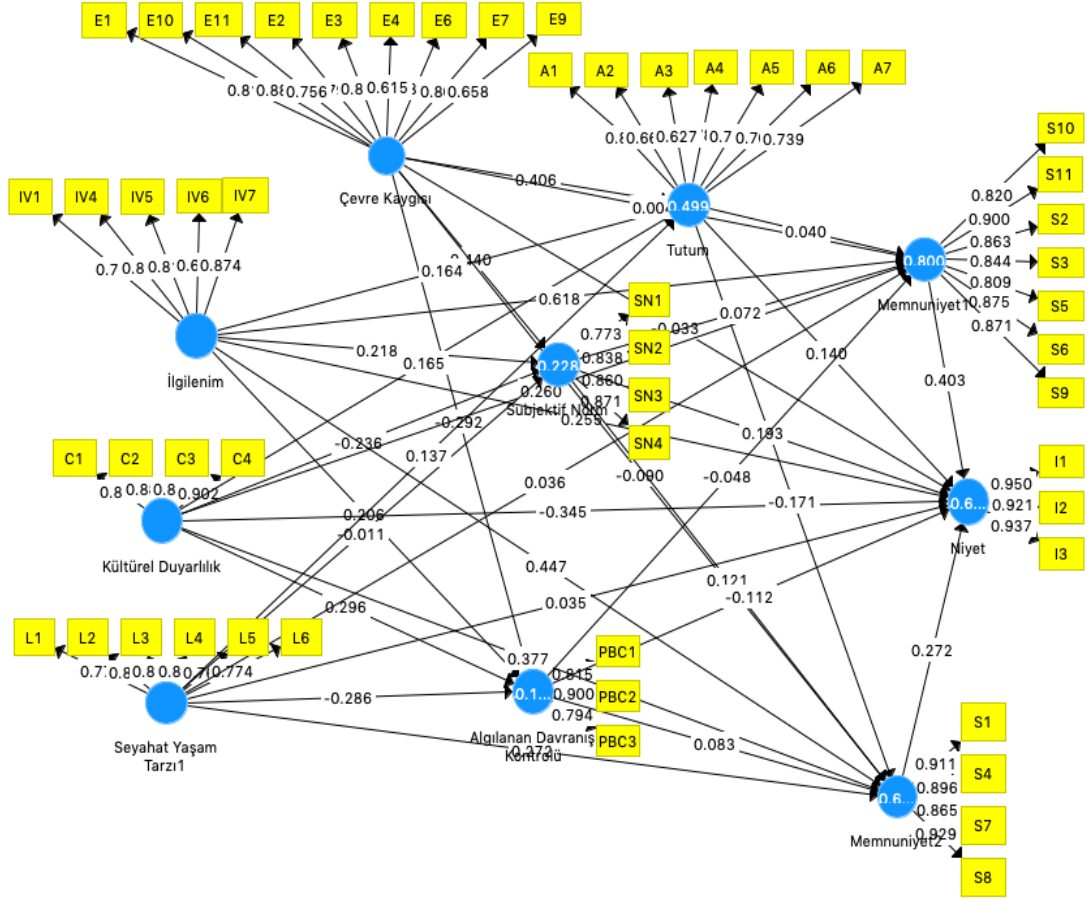
Aşğıda Tablo 4.34'te yapısal ilişkilere dair standardize edilmiş yol katsayıları ve bu katsayıların anlamlı olup olmadığını gösteren 't' değerleri ve 35 hipotez sonucu görölmektedir. Tablo'ya göre 35 hipotezden altısı 0.05 anlamlılık düzeyinde anlamlı olmadığı tespit edilmiştir. Detaylı olarak yol katsayılarının anlamlılık durumları

incelendiğinde 0,05 anlamlılık düzeyinde, çevreci seyahat yaşam tarzından memnuniyete, çevreci seyahat yaşam tarzından niyete, çevreci seyahat yaşam tarzından subjektif norma, sakin turizme karşı tutumdan memnuniyete, çevre bilincinden memnuniyete, çevre bilincinden niyete doğru olan yolların anlamlı olmadığı görülmüştür.

Tablo 4.34: Modelin Yol Katsayıları ve Anlamlılık (T) Değerleri

	Yol Katsayısı	T Değeri	P Değeri	Hipotez sonucu
Algılanan Davranış Kontrolü -> Memnuniyet1	-0.048	2.651	0.008	Desteklendi
Algılanan Davranış Kontrolü -> Çevre Memnuniyeti	0.083	3.076	0.002	Desteklendi
Algılanan Davranış Kontrolü -> Niyet	-0.112	3.593	0.000	Desteklendi
Kültürel Duyarlılık -> Algılanan Davranış Kontrolü	0.296	5.122	0.000	Desteklendi
Kültürel Duyarlılık -> Memnuniyet1	0.260	6.160	0.000	Desteklendi
Kültürel Duyarlılık -> Çevre Memnuniyeti	0.377	9.839	0.000	Desteklendi
Kültürel Duyarlılık -> Niyet	-0.345	7.327	0.000	Desteklendi
Kültürel Duyarlılık -> Subjektif Norm	-0.236	3.671	0.000	Desteklendi
Kültürel Duyarlılık -> Tutum	0.165	3.932	0.000	Desteklendi
Memnuniyet1 -> Niyet	0.403	8.632	0.000	Desteklendi
Çevre Memnuniyeti -> Niyet	0.272	6.443	0.000	Desteklendi
Seyahat Yaşam Tarzı1 -> Algılanan Davranış Kontrolü	-0.286	6.692	0.000	Desteklendi
Seyahat Yaşam Tarzı1 -> Memnuniyet1	0.036	1.919	0.055	Desteklenmedi
Seyahat Yaşam Tarzı1 -> Çevre Memnuniyeti	0.272	10.137	0.000	Desteklendi
Seyahat Yaşam Tarzı1 -> Niyet	0.035	1.265	0.206	Desteklenmedi
Seyahat Yaşam Tarzı1 -> Subjektif Norm	-0.011	0.233	0.815	Desteklenmedi
Seyahat Yaşam Tarzı1 -> Tutum	0.137	4.962	0.000	Desteklendi
Subjektif Norm -> Memnuniyet1	0.072	3.626	0.000	Desteklendi
Subjektif Norm -> Çevre Memnuniyeti	0.121	4.738	0.000	Desteklendi
Subjektif Norm -> Niyet	0.193	8.022	0.000	Desteklendi
Tutum -> Memnuniyet1	0.040	1.449	0.147	Desteklenmedi
Tutum -> Çevre Memnuniyeti	-0.171	4.173	0.000	Desteklendi

Tutum -> Niyet	0.140	3.259	0.001	Desteklendi
Çevre Kaygısı -> Algılanan Davranış Kontrolü	-0.292	6.224	0.000	Desteklendi
Çevre Kaygısı -> Memnuniyet1	0.004	0.092	0.926	Desteklenmedi
Çevre Kaygısı -> Çevre Memnuniyeti	-0.090	2.076	0.038	Desteklendi
Çevre Kaygısı -> Niyet	-0.033	1.066	0.286	Desteklenmedi
Çevre Kaygısı -> Subjektif Norm	0.440	10.173	0.000	Desteklendi
Çevre Kaygısı -> Tutum	0.406	11.159	0.000	Desteklendi
İlgilenim -> Algılanan Davranış Kontrolü	0.206	2.973	0.003	Desteklendi
İlgilenim -> Memnuniyet1	0.618	12.714	0.000	Desteklendi
İlgilenim -> Çevre Memnuniyeti	0.447	9.213	0.000	Desteklendi
İlgilenim -> Niyet	0.255	4.869	0.000	Desteklendi
İlgilenim -> Subjektif Norm	0.218	3.399	0.001	Desteklendi
İlgilenim -> Tutum	0.164	3.024	0.003	Desteklendi



Şekil 4.2: Yapısal Model

Standardize edilmiş yol katsayıları incelendiğinde;

- Sakin turizm`e karşı tutum üzerinde, ilgilenim (0,164), çevre bilinci (0,406), çevreci seyahat yaşam tarzı (0,137) ve kültürel duyarlılık (0,165) orta düzeyde etkilere sahiptir.
- Subjektif norm üzerinde, ilgilenim (0,218), çevre bilinci (0,44) orta düzeyde pozitif etkiye, ve kültürel duyarlılık (-0,236) ise orta düzeyde negatif etkilere sahiptir.
- Algılanan davranış kontrolü üzerinde, ilgilenim (0,206) ve kültürel duyarlılık (0,296) orta düzeyde pozitif etkilere, çevre bilinci (-0,292), çevreci seyahat yaşam tarzı (-0,286) orta düzeyde negatif etkilere sahiptir.
- Çevre memnuniyeti üzerinde ilgilenim (0,447), kültürel duyarlılık (0,377), çevreci seyahat yaşam tarzı (0,272) ve subjektif norm (0,121) pozitif orta ve zayıf etkilere, çevre bilinci (-0,090), ve tutum (-0,171) ise zayıf düzeyde negatif etkilere sahiptir.
- Memnuniyet üzerinde ilgilenim (0,618), kültürel duyarlılık (0,260), ve subjektif norm (0,072) pozitif orta ve zayıf etkilere, algılanan davranış kontrolü (-0,048) ise zayıf düzeyde negatif etkilere sahiptir.
- Yeniden ziyaret niyeti üzerinde ilgilenim (0,255), memnuniyet (0,403), çevre memnuniyeti (0,272), tutum (0,140). ve subjektif norm (0,193) orta ve zayıf pozitif etkilere, kültürel duyarlılık (-0,345) ve algılanan davranış kontrolü (-0,112) ise zayıf düzeyde negatif etkilere sahiptir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın amacı, Türkiye’yi ziyaret eden yerli ve yabancı sakin turistlerin yeniden ziyaret niyetini etkileyen çevre bilinci, kültürel ilgini, seyahat yaşam tarzını, ilgilenimi, tutumu, subjektif normu, algılanan davranış kontrolünü, memnuniyeti açıklamak ve bu ilişkilere yönelik bir model geliştirmektir. Literatüre dayanarak araştırmanın değişkenleri, çevre bilinci, seyahat yaşam tarzı, kültürel ilgi, ilgilenim, sakin türizme karşı tutum, subjektif norm, algılanan davranış kontrolü, memnuniyet ve yeniden ziyaret niyetidir. Yeniden ziyaret niyetini etkileyen yukarıdaki değişkenleri kapsayan bir yapısal model oluşturulmuştur.

Araştırmada kullanılan ölçekler literatürden alınmıştır ve beşli eşit aralık tipinde çok ifadeli ölçeklerden yararlanılmıştır. Buna göre, çevre bilinci değişkeninin ölçeği 11 ifadeden, kültürel ilgi değişkeninin ölçeği beş ifadeden, seyahat yaşam tarzı değişkeninin ölçeği 10 ifadeden, memnuniyet değişkeninin ölçeği 11 ifadeden, yeniden ziyaret niyeti değişkeninin ölçeği üç ifadeden, ilgilenim seviyesi değişkeninin ölçeği yedi ifadeden, sakin türizme karşı tutum değişkeninin ölçeği yedi ifadeden, algılanan davranış kontrolü değişkeninin ölçeği üç ifadeden, subjektif norm değişkeninin ölçeği beş ifadeden oluşmuştur.

Araştırma alanı olarak Seferihisar, Gökçeada ve Akyaka belirlenmiştir. Araştırmanın ana kütlesini Seferihisar, Gökçeada ve Akyakanı ziyaret eden ve 18 yaşından büyük tüm yerli ve yabancı turistlerden oluşmuştur. Kota örnekleme yöntemi kullanılarak yerli ve yabancı turistlerden oluşan örneklem grubu oluşturulmuştur. Kota büyüklüğünü belirlemek için Kültür ve Turizm bakanlığının yayınlamış olduğu Seferihisar, Gökçeada, ve Akyakanı ziyaret eden turistlerin sayı istatistiklerinden yararlanılmıştır.

Veriler yüz yüze anket formu kullanılarak toplanmıştır. Veri toplama sürecinde önceden veri toplama tecrübesi olan dört kişiden yardım alınmıştır. Toplam 600 yerli ve yabancı turistten veriler toplanmıştır. Bunlardan 350'si Seferihisardan, 150'si Gökçeada'dan, 100'ü Akyakadan toplanmıştır.

Model yapısının kompleks, değişkenlerin ölçümünde kullanılan ölçeklerin çok ifadeli olması ve verilerin çoklu normal dağılımlı olmaması nedeni ile ölçüm modelinin ve yapısal modelin testinde SmartPLS programı kullanılmıştır.

Araştırmada değişkenlerin boyutlarını belirlemek için keşfedici faktör analizi kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre memnuniyet ölçeği ve seyahat yaşam tarzı ölçeği iki boyuttan oluşmuştur, diğer değişkenler tek boyutlu olmuştur. Ek olarak yapısal modelin ölçümünden önce doğrulayıcı veya ölçüm modelinin testi yapılmıştır. Ölçüm modelinin testinde seyahat yaşam tarzı ölçeğinin bir boyutu ve diğer değişkenlerden 0.70 altı faktör yüküne sahip ifadeler yapını bozduğundan testten çıkarılmış ve nihai yapısal model şekillenmiştir.

Turistlerin sakin turizm destinasyonlarına karşı ilgilenim seviyesi yükseldikçe sakin turizme karşı tutum, subjektif norm ve algılanan davranış kontrolü üzerinde etkisi artmaktadır. Ek olarak, davranışsal niyeti açıklamada İlgiilenim seviyesi değişkeninin önemli rolü vardır. Bu araştırmanın sonuçlarına göre turistlerin ilgilenim seviyesinin, destinasyona karşı genel memnuniyeti, çevre memnuniyeti ve yeniden ziyaret niyeti üzerinde güçlü pozitif etkiye sahip olduğunu saptamıştır. Bu sonuç daha önce yapılan araştırmaların sonuçları ile uyumludur (Minton vd., 2012). Bu sonuçtan yola çıkarak, diğer faktörlerin yanısıra turistler için ziyaret ettikleri sakin turizm destinasyonlarının turistlerin benliğini ifade ediyor olması önem arz ediyor.

Araştırmanın sonuçlarına göre çevreci seyahat yaşam tarzı değişkeninin yeniden ziyaret niyeti ve genel memnuniyet üzerinde etkisi olmamasına rağmen, destinasyondaki çevre memnuniyeti üzerinde pozitif etkiye sahiptir.

Sakin turistlerin en önemli özelliklerinden biri farklı kültürleri öğrenme istekleridir. Bundan yola çıkarak bu araştırmada kültürel duyarlı turistlerin sakin turizm destinasyonlarına karşı tutum, subjektif norm, algılanan davranış kontrolü, memnuniyet ve yeniden ziyaret niyeti üzerindeki etkisi test edilmiştir. Araştırmanın sonucu beklendiği gibi kültürel duyarlı turistlerin sakin turizme karşı tutum, algılanan davranış kontrolü, çevre memnuniyeti, ve memnuniyet üzerinde pozitif etkiye, subjektif norm ve yeniden ziyaret niyeti üzerinde ise negatif etkiye sahiptir. Bu sonuç, kültüre duyarlı turistlerin farklı kültürleri öğrenmek için aynı yerlerden ziyade, farklı kültürleri olan turizm destinasyonlarını ziyaret etmeyi istemeleri ile açıklanabilir.

Memnuniyetin davranışsal niyet üzerinde etkisi bir çok araştırmacı tarafından test edilmiştir (Liang vd., 2008; Cole ve Chancellor 2009). Memnuniyet değişkeni araştırmamızda iki boyutu ile ele alınmıştır. Memnuniyetin ‘destinasyona karşı genel memnuniyet ve çevreci memnuniyet boyutları ile destinasyonu yeniden ziyaret niyeti arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Daha önce yapılmış araştırmaların sonuçları ile uyumlu olarak turistlerin turizm destinasyonunu yeniden ziyaret etmesini sağlamak için memnuniyet seviyelerinin yüksek olması sonucuna ulaşılmıştır (Chi ve diğ. 2013; Mason ve Nassiver, 2013).

Planlı Davranış Teorisinin en önemli değişkenlerinden biri tutumdur. Bu araştırmada tutum turistlerin turizm destinasyonlarına karşı olumlu veya olumsuz görüşleri olarak tanımlanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre sakin turizme karşı tutum çevre memnuniyetini negatif yeniden ziyaret niyetini ise pozitif etkilemektedir. Araştırmanın literatür kısmında da belirtildiği üzere sakin eğilimli turistlerin en önemli özelliklerinden biri çevreye verdikleri önemdir. Sakin turizme karşı tutum ne kadar pozitif olursa turistlerin sakin turizm destinasyonundan beklentileride o kadar yüksek oluyor ve gözlemlere göre bu memnuniyetsizliğe neden olmaktadır. Bunun ile birlikte geçmiş araştırmaların bulguları gibi bu araştırmanın bulgularıda tutumun niyet üzerinde pozitif etkisi olduğunu desteklemektedir (Mostafa, 2007; Sánchez ve

Lafuente, 2010; Huang, 2009; Davari ve Strutton, 2014).

Planlı davranış teorisinin en önemli bileşenlerinden biri de subjektif norm yani etrafındaki insanların gerçekleştirilecek davranış hakkında düşünceleridir. Araştırmanın sonuçlarına göre subjektif norm genel memnuniyet ve çevre memnuniyeti üzerinde zayıf, yeniden ziyaret niyeti üzerinde ise orta pozitif etkiye sahiptir.

Planlı Davranış Teorisini Gerekçeli Davranış Teorisinden ayıran tek neden Algılanan Davranış Kontrolü değişkeninin Planlı Davranış Teorisine eklenmesidir. Planlı Davranış teorisine göre davranışa karşı tutum ve etrafındakilerin desteği ne kadar olumlu olursa olsun, davranışı gerçekleştirecek maddi imkan, zaman vb. yoksa tüketiciler davranışı gerçekleştiremez. Bu araştırmanın sonuçlarına göre algılanan davranış kontrolünün çevre memnuniyeti ve yeniden ziyaret niyeti üzerinde çok zayıf etkisi vardır.

Geçmiş çalışmaların bulgularına göre çevre bilinci çevreci davranışı tutum aracılığıyla etkileyen en önemli değişkenlerden biridir (Cheah ve Phau, 2011; Kim ve Han, 2010; Han vd., 2013; Paco ve Raposo, 2009;). Detaylı olarak, çevre bilincinin sakin turizme karşı tutumu ve subjektif normu güçlü ve pozitif etkilemektedir. Niyet ve çevre memnuniyeti üzerinde çok düşük etkiye sahiptir. Bu araştırmanın sonuçları da geçmiş araştırmanın sonuçlarını desteklemektedir (Yang vd., 2014).

5.1 Araştırmanın Katkıları

Sürdürülebilir turizmdeki, özellikle sakin turizmi ilgilendiren literatür, dünyada ve Türkiye'de eksiktir. Literatür taraması sonucunda, daha önce Türkiye'de sakin turist davranışlarını araştıran kapsamlı bir araştırmaya rastlanmamıştır.

Akademik olarak, bu çalışma, Planlı Davranış Teorisi (PDT), sakin turizm ve aynı zamanda turistlerin yeniden davranış sergileme sürecine içerik eklemiştir. Planlı davranış teorisi genişletilirken aşağıdaki konulara dikkat edilmiştir:

- Karar alma sürecini etkileyen zorunlu faktörler olmalıdır;
- Teorik olarak mevcut faktörlerden (tutum, subjektif norm, ve algılanan davranış kontrolü) kavramsal olarak bağımsız olmalıdırlar;
- Belirli bir davranış (turist davranışları) için potansiyel olarak uygun olmaları gerekmektedir

Planlı davranış modelini geliştirmek ve onu sakin turizm çalışmalarında daha uygulanabilir kılmak için, tutumu, subjektif normları, algılanan davranış kontrolünü ve yeniden ziyaret niyetini etkileyen daha fazla nedensel faktörler üzerinde çalışılmıştır. PDT tarafından önerildiği gibi, turistlerin yaşam tarzı, ilgilenim düzeyi, çevresel kaygı ve kültürel duyarlılığın tutum, subjektif normlar, algılanan davranış kontrolü, memnuniyet, ve yeniden niyet üzerindeki etkisi gibi kişisel faktörler sakin turizm perspektiflerinden incelenmiştir

Ayrıca bu çalışmada modelin testinde kovaryans bazlı yapısal eşitlik modellemesinin yerine kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Bu metod, özellikle Türkiyede yapılan araştırmalarda az kullanılmaktadır. Araştırmacılar özellikle sosyal bilimler üzerine yapılan çalışmalarda bu araştırmanı kılavuz olarak gelecek çalışmalarında kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesi kullanabilirler.

Ek olarak, araştırmacılar ve sektörde çalışanlar bu araştırmanı inceleyerek sakin turistlerin özelliklerini, ihtiyaçlarını ve isteklerini daha iyi anlaya bilir ve sakin turistlerin destinasyonları yeniden ziyaret için uygun pazarlama taktiklerini

oluşturmayı öğrenmesine yardımcı olacaktır. Bu çalışma, sakin turizmde post davranış (tekrar ziyaret), yinelenen ziyaretçilerin potansiyelini, tercihlerini belirlemeye ve Türkiye'de sakin turizm hedefine yönelik memnuniyetin ölçülmesine yardımcı olan bir çalışmadır. Buna ek olarak, çalışma, hızlı yaşam tarzı etkisi içinde turizm hedef seçimi arasında sakin turizmin farkındalığını artırabilir. Sakin turizmin gelişmesi, kültür, tabiat ve kaynakların korunmasıyla Türkiye'de ekonomik büyümeye olumlu katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Antalya, Bodrum, Fethiye, İstanbul gibi sadece bir kaç turizm destinasyonu yabancı ve yerel turistlerin arasında meşhurdur. Ancak Türklerin kültürü, tabiatı ve misafirperverliği, sakin turizm destinasyonlarının yabancı ve yerli turistlere tanıtmak için elverişli olanak sunuyor. Bu, küçük köylerde veya ilçelerde ekonomik duruma fayda sağlayacaktır. Ayrıca, Gökçeada, Akyaka, Halfetti gibi yerlerde sınırlı sayıda iş olanaklarının bulunması, gençleri İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük şehirleri iş bulmaya yönlendiriyor. Bu, büyük şehirlerde insanlar arasında psikolojik yükü ve stresi artırıyor. Yöredeki sakin turizmin gelişmesiyle, yukarıda bahsedilen birçok iş olanakları oluşacak ve genç nüfus kendi memleketlerinde çalışma olanakları iyileşecektir. Sakin turizm ilkelerini benimseyen yerler, yabancı tedarikçilere finansal sızıntıyı azaltabilir ve bu nedenle yerel halka daha fazla gelir ve istihdam yaratabilirler (Caffyn, 2012; Conway ve Timms, 2010).

Son zamanlarda, özellikle gelişmiş ülkelerin ekonomik açıdan daha muhafazakar davranması, gelişmekte olan ülkeler üzerinde baskı oluşturmuştur. Gelişmekte olan ülkelerden Arjantin, Güney Afrika, Endonezya, Türkiye gibi kırılgan ekonomiler bu süreçte en fazla etkilenen ülkeler olmuştur (IMF, 2018). Birinci bölümde belirtildiği üzere turizm sektörü ekonomik gelişmelere en fazla katkı sağlayan sektörlerin başında geliyor. Mevcut çalışmanın bulguları Türkiye'nin 2023 hedeflerine ulaşmasına yardımcı olacaktır. 2023 yılı hedefleri doğrultusunda Türkiye, elli milyon turist almayı ve 50 milyar ABD doları kazanmayı hedefliyor. Bu hedeflere ulaşmak Türkiye'nin cari

açıının azalmasına ve ekonominin daha fazla esnek olmasına yarar sağlayacaktır. Hedef çeşitlendirmeden bu hedeflere ulaşmak, neredeyse imkansızdır. Sakin turizm bölgelerinin teşvik edilmesi, daha fazla turist çekmek ve onlardan daha fazla maddi çıkar elde etmesini sağlayacaktır.

Bu çalışmada çevre bilincinin sakin turizme karşı tutumun oluşmasında önemli rolünün olduğu tespit edilmiştir. Hartmann ve Apaolaza-Ibanez'e (2012) göre, doğal görüntülere maruz kalma, çevresel sorunların algılanan belirginliğini artırarak, çevre bilincinin tutum üzerindeki etkisini arttırmaktadır. Bu nedenle, turistlerin sakin turizm destinasyonlarına karşı tutumunu iyileştirmek ve ziyaret etme niyeti oluşturmak için tur operatörleri, hoteller, restoranlar vb. pazarlama iletişimlerini ve reklamlarını doğal görüntüleri içerecek şekilde tasarlamalıdır. Ek olarak, sakin turizm destinasyonundaki paydaşlar enerji verimliliği, su tasarrufu, kirlilik önleme vb gibi çevreyi korumak için yapılan uygulamalarını potansiyel turistlere iletmeleri gerekmektedir.

Çalışmada çevre bilincinin yeniden ziyaret niyetini etkilemediği bulunmuştur. Buradan yola çıkarak sakin turistlerin çevreci bireylerden ziyade otantik bireyler olduğu düşünülebilir. Yani, sakin eğilimli turistlerin sakin turizm destinasyonlarında yerel tatları tatmak, kültürleri öğrenmek gibi otantik niteliklerden dolayı ziyaret etmeyi tercih etmektedirler.

Çalışmanın sonuçları kültürel duyarlılığın sakin turizme karşı tutumu ve memnuniyeti etkileyen en önemli faktörlerden biri olduğunu göstermektedir. Bundan dolayı, tur operatörleri sakin turistlerin dikkatini çekmek için daha fazla kültürel turlar hazırlayarak, özel festivaller düzenleyerek, restoranların menülerinde yerel tatlara yer vererek sakin turistlerin tutumunu ve memnuniyeti olumlu yönde etkileyebilirler.

Ayrıca, çalışmanın sonuçlarına göre turistlerin sakin turizme katılmaya yönelik tutumlarının ve sakin turistler tarafından algılanan sosyal baskıların (subjektif norm)

yeniden ziyaret niyeti üzerinde pozitif etkisi olduğu saptanmıştır. Pazarlama stratejisi oluştururken, sakin turizm paydaşlarının bu kritik faktörlere önem vermeleri gerekmektedir. Örneğin, yemek seçiminde yerel tatlarla önem verilmesi, kültürel aktivitelerin sayısının artırılması gibi stratejilerle sakin turistlerin yeniden ziyaret niyeti olasılıklarını artırılabilir. Ek olarak, subjektif norm değişkeninin niyet oluşturmada diğer değişkenlere göre daha önemli olduğunun bulunması da dikkate değerdir. Bu bulgu, sakin turizm işletmecileri için verimli pazarlama stratejilerinin geliştirilmesine rehberlik etmek için kullanılabilir.

5.2 Araştırmanın Kısıtları ve Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler

Her araştırmanın olduğu gibi bu araştırmanında kısıtları mevcuttur. Bu bölümde araştırmanın kısıtları ve gelecek araştırmalar için öneriler belirtilmiştir.

Öncelikle araştırmamızda Planlı Davranış Teorisi, kültürel duyarlılık, çevre bilinci, ilgilenim düzeyi, seyahat yaşam tarzı ve memnuniyet değişkenleri literatüre bağlı olarak eklenerek genişletilmiştir. Bunun ile birlikte gelecek çalışmalarda bu değişkenlere ek olarak kişilik, motivasyon, WOM gibi değişkenler modele eklenerek modelin genişletilebilmesi önerilebilir.

Ek olarak, bu çalışmada zaman ve maddi kısıtlardan dolayı sadece üç destinasyondan, Seferihisar, Gökçeada ve Akyaka'dan veriler toplanmıştır. Veriler toplanırken hem yerli hemde yabancı turistlerden veriler toplanmasına bakmayarak bu araştırmada yabancı ve yerli turistlerin davranışlarındaki farklılıklara odaklanılmamıştır. Gelecek araştırmalarda hem araştırma alanı genişletilebilir hemde yerli ve yabancı turistler arasındaki fark test edilebilir.

Bu çalışmada veriler sadece sakin eğilimli turistlerden ve sakin turizm destinasyonlarından toplanmıştır. Gelecek araştırmalarda, araştırmacılar kitlesel

destinasyonlardan ve sakin destinasyonlardan veriler karşılaştırılıp farklılıklar görülebilir.



KAYNAKÇA

- Adıgüzel, D. ve Erikci, S.N. (2013) Local identity in slow city movement: A case-study in Taraklı. In E. Morello and B.E.A. Piga (Eds.), Conference proceedings envisioning architecture: Design, evaluation, communication - EAEA11 2013 (p. 117). Roma: Edizioni Nuova Cultura
- Ajzen, I. (1985) From intentions to actions: a theory of planned behavior. In J. Kuhl, and J. Beckman (Eds.), Action-control: From cognition to behavior (pp. 11–39). Heidelberg: Springer.
- Ajzen, I. (1991) The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I., ve Madden, T. (1986) Prediction of goal-directed behavior: attitude, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 453–474.
- Akgöz, E.(2016) Turizm Paradigmaları. Detay Yayıncılık:Ankara, s.1-19
- Allport, G. W. (1935) Attitudes. In *A Handbook of Social Psychology* (p. 798–844).Clark University Press.
- Anderson J. C. ve Gerbing D. W. (1988) Structural Equation Modeling in Practice:A Review and Recommended Two-Step Approach. *Psychological Bulletin*, 103:411– 423.
- Andrews, G. (2008) The slow food story: Politics and pleasure
- Artal-Tur, A., Briones-Peñalver, A. J., ve Villena-Navarro, M. (2018) Tourismcultural activities and sustainability in the Spanish Mediterranean regions: Aprobit approach. *Tourism and Management Studies*, 14(1), 7-18.
- Asmelash, A.G.ve Kumar, S. (2019) Assessing progress of tourism sustainability:Developing and validating sustainability indicators. *Tour. Management.*, 71,67–83.
- Baker, E. W., Al-Gahtani, S. S., ve Hubona, G. S. (2007) The effects of gender and age on new technology implementation in a developing country: testing the theory of planned behavior (TPB). *Information Technology and People*, 20(4), 352–375.

- Baldemir, Ercan; Kaya, Funda ve Kaşmer Şahin, Tezcan (2013) Yavaş Şehirlerin Analitik Ağ Süreci (AAS) ile Seçilmesi: Muğla İli Örneği, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi Sonuç (Kesin) Raporu, Proje No: 12/53.
- Ballantyne, R., Packer, J., ve Falk, J. (2011) Visitors' learning for environmental sustainability: Testing short- and long term impacts of wildlife tourism experiences using structural equation modeling. *Tourism Management*, 32(6), 1243–1252. doi:10.1016/j.tourman.2010.11.003
- Beltz, F. (2006) Marketing in the 21st Century. *Business Strategy and the Environment*, 15(3).
- Bersales, J. (2005) "Contested Space: Tourism, Power and Social Relations" in *Sustainable Tourism, Challenges for the Philippines*, edited by Alampay, R., Philippines: APEC.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W. ve Engel, J. F. (2001) Consumer behavior, FortWorth, TX: Harcourt College Publishers. (9th ed.)
- Bollen, Kenneth A. (1989) *Structural Equations with Latent Variables*, John Wiley ve Sons, New York
- Bose, N. K. (1929) *Cultural Anthropology*. Calcutta.
- Bourdieu, Pierre. (1990a) *The Logic of Practice*; California: Stanford University Press.
- Bramwell, B. (2004) Mass tourism, diversification and sustainability development in southern Europe's coastal regions. In B. Bramwell (Ed.), *Coastal mass tourism. Diversification and sustainable development in southern Europe*. (pp. 1–31). Clevedon: Channel View Publications.
- Bruntland, G.H., (1987) "World Commission on Environment and Development: Our Common Future", Oxford: Oxford University Press; Minton, E., Lee, C., Orth, U., Kim, C.H., Kahle, L., 2012, "Sustainable Marketing and Social Media: A 130 Cross-Country Analysis of Motives for Sustainable Behaviors", *Journal of Advertising*, V.41(4), 69-84 içerisinde.
- Burke, P., Eckert, C., ve Davis, S. (2014) Segmenting consumers' reasons for and against ethical consumption. *European Journal of Marketing*, 48(11/12), 2237–2261. doi:10.1108/EJM-06-2013-0294

- Burcin Hatipoglu (2015) "Cittaslow": Quality of Life and Visitor Experiences, *Tourism Planning and Development*, 12:1, 2036, DOI: 10.1080/21568316.2014.960601
- Byrne B. M. (1998) *Structural Equation Modeling with LISREL, PRELIS and SIMPLIS: Basic concepts, applications and programming*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Byrne, B. M. (2012) *Structural equation modeling with Mplus: Basic concepts, applications, and programming*. New York: Routledge
- Chandler, J. A. (2004) Comparing visitor profiles at heritage tourism destinations in Eastern North Carolina. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 16(1): 5161
- Cheah Swee Ting, Lim Khong Chiu, Kalsom Kayat (2015) Travel Lifestyles and Outbound Tourism Intentions of Young Malaysians, *American Journal of Tourism Management*, Vol. 4 No. 2, pp. 40-42. doi:10.5923/j.tourism.20150402.03.
- Cheah, I., ve Phau, I. (2011) Attitudes towards environmentally friendly products: The influence of ecoliteracy, interpersonal influence and value orientation. *Marketing Intelligence and Planning*, 29(5), 452–472.
- Chen, M.F. ve Tung, P.J. (2014) "Developing an extended theory of planned behaviour model to predict consumers' intention to visit green hotels", *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 36 No.1, pp.221-230.
- Cheng, S., Lam, T., ve Hsu, C. (2005) Testing the sufficiency of the theory of planned behaviour: A case of customer dissatisfaction responses in restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 24, 475–492.
- Chin W. W. (1998) The partial least squares approach to structural equation modeling, chapter Ten, page 295. Lawrence Erlbaum Associates.
- Chin W. W. (1998) Issues and opinion on structural equation modeling. *MIS Quarterly*, 22:vii–xvi.
- Chin W. W (2010) *Handbook of Partial Least Squares*, chapter 28, pages 655–690. Springer-Verlag.

- Chou, C., Chen, K., ve Wang, Y. (2012) Green practices in the restaurant industry from an innovation adoption perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 703–711.(www.cittaslowturkiye.org).
- Connell, J., Page, S.J., ve Bentley, T. (2009) Towards sustainable tourism planning in New Zealand: Monitoring local government planning under the Resource Management Act. *Tourism Management*, 30(6), 867_877.
- Conner, M., ve Abraham, C. (2001) Conscientiousness and the theory of planned behavior: towards a more complete model of the antecedents of intentions and behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(11), 1547–1561.
- Cosar, Y. ve Kozak, M. (2014) "Slow Tourism (Cittaslow) Influence over Visitors' Behavior", *Tourists' Behaviors and Evaluations, Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol. 9, Emerald Group Publishing Limited, pp. 21-29. <https://doi.org/10.1108/S1871-317320140000009002>
- Crosby, L. A., Gill, J. D., ve Taylor, J. R. (1981) Consumer/voter behavior in the passage of the Michigan container law. *The Journal of Marketing*, 45(2), 19–32
- Darden, W. R. ve Perreault, W. D., Jr. (1975) A multivariate analysis of media exposure and vacation behavior with lifestyle covariates. *Journal of Consumer Research*, 2:93–103.
- Davari, A., ve Strutton, D. (2014) Marketing mix strategies for closing the gap between green consumers' pro-environmental beliefs and behaviors. *Journal of Strategic Marketing*, 22(7), 563–586. doi:10.1080/0965254X.2014.914059
- Dickinson, J., ve L. Lumsdon. (2010) *Slow Travel and Tourism*. London: Earthscan.
- Dillimono, H.D.; Dickinson, J.E. (2015) Travel, tourism, climate change, and behavioral change: travelers' perspectives from a developing country, Nigeria. *J.Sustain. Tour.* 2015, 23, 437–454.
- Dmytrakova Kateryna (2010) *Travel Lifestyle and Behaviour of New Canadians*. UWSpace. <http://hdl.handle.net/10012/5142>.
- Dodds, R., ve Butler, R. W. (2010) Barriers to implementing sustainable tourism policy in mass tourism destinations. *Tourismos*, 5(1), 35–53.

- Doxey, G. V. (1975) A Causation Theory of Visitor Resident Irritants: Methodology and Research Inferences, Paper Presented at the Travel and Tourism Research Association Sixth Annual Conference Proceedings, San Diego.
- Ekinci, M. B. (2014) The Cittaslow philosophy in the context of sustainable tourism development; the case of Turkey. *Tourism Management*, 41, 178–189.
- Elliott, R. (2013) The taste for green: The possibilities and dynamics of status differentiation through “green” consumption. *Distinction and the Social Structures of the Economy*, 41(3), 294–322.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., ve Kollat, D. T. (1978) *Consumer Behavior*. Dryden Press, Hinsdale, IL.
- Etzel, M. J., ve Wahlers, R. G. (1985) The Use of Requested Promotional Material By Pleasure Travelers. *Journal of Travel Research*, 23(4), 26. <https://doi.org/10.1177/004728758502300401>.
- Fairweather JR, Maslin C ve Simmons D.G. (2005) Environmental values and response to ecolabels among international visitors to New Zealand. *Journal of Sustainable Tourism* 13(1): 82–98.
- Fang, C. H., ve H. J. Lee. (2009) Food-related lifestyle segments in Taiwan: Application of the food-related lifestyle instrument. *American Journal of Applied Sciences* 6 (12): 2036–2042.
- Farsari, I., Butler, R.W., ve Szivas, E. (2011) Complexity in tourism policies: A cognitive mapping approach. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 1110–1134.
- Feldman, S. D. ve Thielbar, G. W. (1975) *Lifestyles: Diversity in American society*, Boston: Little, Brown
- Fishbein, M. ve Ajzen, I. (1975) *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Formica S ve Uysal M (2002) Segmentation of travellers based on environmental attitudes. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing* 9(3/4): 35–49.

- Fornell, C. ve Y. Yi . (1992) "Assumptions of the Two-Step Approach to Latent Variable Modeling." *Sociological Methods and Research* 20:291-320.
- Fornell C. ve Larcker D. F. (1981) Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18:39– 50.
- Frey, N., ve George, R. (2010) Responsible tourism management: The missing link between business owners' attitudes and behaviour in the Cape Town tourism industry. *Tourism Management*, 31(5), 621e628.
- Fridgen, J. D. (1984) Environmental psychology and tourism. *Annals of Tourism Research*, 11(1), 19-39. doi:10.1016/0160-7383(84)90094-X
- Fullagar, S., K. Markwell, ve E. Wilson. (2012) *Slow Tourism: Experiences and Mobilities*. Bristol, UK: Channel
- Gardner, N. (2009) A manifesto for slow travel. *Hidden Europe Magazine*, 25, 10e14.
- Gefen D., Straub D., ve Boudreau M. C. (2000) Structural Equation Modeling and Regression: Guideline for Research Practice. *Communications of the Association for Information Systems*, 4:1–70.
- Germov, J., Williams, L., ve Freij, M. (2011) Portrayal of the Slow Food movement in the Australian print media: Conviviality, localism and romanticism. *Journal of Sociology*, 47(1), 89106. <https://doi.org/10.1177/1440783310369021>.
- Gheorghe, G., Dorobanțu, M. R., ve Nistoreanu, P. (2012) Academia Edu. Retrieved 10 20, 2014, from Slow travel a way to promote responsible tourism in valcea area
- Gibson, H., Kaplanidou, K., ve Kang, S. (2012) Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism. *Sport Management Review*, 15(2), 160–170 doi:10.1016/j.smr.2011.08.013
- Gladwell, N. J. (1990) A psychographic and socio-demographic analysis of state park inn users.. *Journal of Travel Research*, 28: 15–20.
- Girish V. G. ve Choong-Ki Lee (2019) Authenticity and its relationship with theory of planned behaviour: Case of Camino de Santiago walk in Spain, *Current Issues in Tourism*, DOI: 10.1080/13683500.2019.1676207

- Gonzalez, A. ve Bello, L. (2002) The construct "lifestyle" in market segmentation: The behaviour of tourist consumers", *European Journal of Marketing*, 36(1/2), pp. 51– 85.
- Görken, O., ve Öztürk, Y. (2014) Gastronomic reflections of cittaslow movement on local cuisine: The case study of Seferihisar. *TURIZAM*, 18(1), 11-21.
- Gottlieb, Robert, ve Anupama Joshi. (2010) *Food Justice* Cambridge, MA: MIT Press
- Griskevicius, V., Tybur, J., ve Van den Bergh, B. (2010) Going green to be seen: Status, reputation, and conspicuous conservation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98 (3), 392–404. doi:10.1037/a0017346
- GSTC, Global Sustainable Tourism Council. (2011a) *Global Sustainable Tourism Criteria* Retrieved August 19, 2019, from <https://www.gstcouncil.org/gstccriteria/>
- Gunduz, C., Oner A. C., ve Knox, P. L. (2016) Social resilience in aegean Slow cities: Slow city Seferihisar. *Universal Journal of Management*, 4(4), 211222.
- Haenlein M. ve Kaplan A. M. (2004) *A Beginner's Guide to Partial Least Squares Analysis*. *Understanding Statistics*, 3:283–297
- Hair J. F., Black W. C., Babin B. J., ve Anderson R. E. (2010) *Multivariate Data Analysis*. Pearson.
- Hall, C. M., ve Lew, A. A. (1998) *Sustainable tourism: A geographical perspective*. Harlow: Longman.
- Han, J. H., Kim, J. S., Lee, C. K., ve Kim, N. J. (2019) Role of place attachment dimensions in tourists' decision-making process in Cittáslow. *Journal of Destination Marketing and Management*, 11, 108119. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.12.008>
- Han, H., Hwang, J., ve Woods, D. P. (2013) Choosing virtual – rather than real – leisure activities: An examination of the decision-making process in screen-golf participants. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(4), 428–450.
- Han, H., Hsu, L.-T. (J.), ve Sheu, C. (2010) Application of the theory of planned behavior to green hotel choice. Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*, 31(3), 325–334.

- Hashemi, N ve Ghaffary, G (2017) A Proposed Sustainable Rural Development Index (SRDI): Lessons from Hajij village, Iran , Tourism Management 59 (2017) 130e138
- Hardy, A., Beeton, R. ve Pearson, L. (2002) Sustainable Tourism: An Overview of the Concept and Its Position in Relation to the Conceptualisations of Tourism. Journal of Sustainable Tourism. 10(6), 475-496.
- Hawes, D. K. (1988) Travel-Related Lifestyle Profiles Of Older Women. Journal of Travel Research, 27(2), 2232 <https://doi.org/10.1177/004728758802700204>
- Haws, K., Winterich, K., ve Naylor, R. (2014) Seeing the world through green tinted glasses: Green consumption values and responses to environmentally friendly products. Journal of Consumer Psychology, 24(3), 336–354. doi:10.1016/j.jcps.2013.11.002
- Heesup Han, Jongsik Yu ve Wansoo Kim (2018) Youth travelers and waste reduction behaviors while traveling to tourist destinations, Journal of Travel Tourism Marketing, 35:9, 11191131, DOI: 10.1080/10548408.2018.1435335
- Heesup Han, Bo Meng ve Wansoo Kim (2017) Emerging bicycle tourism and the theory of planned behavior, Journal of Sustainable Tourism, 25:2, 292309, DOI: 10.1080/09669582.2016.1202955.
- Helmy, E. (2004) Towards Integration of Sustainability into Tourism Planning in Developing Countries: Egypt as a Case Study. Current Issues in Tourism. 7(6), 478–501.
- Henseler J., Ringle C. M., ve Sinkovics R. R. (2009) The use of partial least squares path modeling in international marketing. New Challenges to International Marketing, Advances in International Marketing Emerald Group Publishing Limited, pages 277–319.
- Hewison, R. (1987) The Heritage Industry: Britain in a climate of decline. London: Methuen.
- Hiller, E.T.(1933) Principles of Sociology. New York.
- Hofstede, G. (1997) The Archimedes effect. Working at the interface of cultures: 18 lives in social science. M. H. Bond. London, Routledge: 47-61.

- Howard J. A., Sheth J.N. (1969) The Theory of Buyer Behaviour, J. Wiley and Sons, New York.
- Hsu, C. ve Crotts, J.C. (2006) "Segmenting mainland Chinese residents based on experience, intention and desire to visit Hong Kong", International Journal of Tourism Research, Vol. 8 No. 4, pp. 279-287.
- Hu, H., Parsa, H., ve Self, J. (2010) The dynamics of green restaurant patronage. Cornell Hospitality Quarterly, 51, 344-362.
- Hulland, J., Chow, Y. ve Lam, S. (1996) 'Use of causal models in marketing research: A review', International Journal of Research in Marketing, vol. 13, no. 2, pp. 181-197
- Inskeep, E. (1991) Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Jackson, G. ve Morpeth, N. (2000) Local Agenda 21: Reclaiming community ownership or stalled process? In G. Richards and D. Hall edited Tourism and Sustainable Community Development. 119-134, London: Routledge.
- Jafari, J. (2000) Encyclopedia of Tourism. London: Routledge.
- Jin Young Chung, Jinok Susanna Kim, Choong-Ki Lee ve Myung Ja Kim (2018) Slow-food-seeking behaviour, authentic experience, and perceived slow value of a slow-life festival, Current Issues in Tourism, 21:2, 123-127, DOI: 10.1080/13683500.2017.1326470.
- Joseph S. Chen, Yu-Chih Huang ve Jen-Son Cheng (2009) Vacation Lifestyle And Travel Behaviors, Journal of Travel and Tourism Marketing, 26:5-6, 494-506, DOI: 10.1080/10548400903163038.
- Jöreskog, K.G. ve Sörbom, D. (2005) LISREL, Version 8.72, Scientific Software International Inc., Lincolnwood, IL.
- Kalkan, A., (2011) "Kişisel Tutum, Öznel Norm ve Algılanan Davranış Kontrolünün Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama" Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 14 SS. 189-206.

- J. Kang, C. Liu, ve S.H. Kim (2013) Environmentally sustainable textile and apparel consumption: the role of consumer knowledge, perceived consumer effectiveness and perceived personal relevance. *International Journal of Consumer Studies*, 37 (4) pp. 442-452.
- Kenneth F. Backman, Sheila J. Backman ve Kenneth E. Silverberg (1999) An Investigation into the Psychographics of Senior Nature-Based Travellers, *Tourism Recreation Research*, 24:1, 1322, DOI: 10.1080/02508281.1999.11014853.
- Kim, Y., ve Han, H. (2010) Intention to pay conventional hotel prices at a green hotel: A modification of the theory of planned behavior. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(8), 997– 1014. doi:10.1080/09669582.2010.490300.
- Kitamura, R. (1988) An evaluation of activity-based travel analysis. *Transportation* 15, 9–34
- Kitamura, R. (2009) Life-style and travel demand. *Transportation* 36, 679–710 doi:10.1007/s11116-009-9244-6.
- Korkmaz, H., Mercan, O. ve Atay, L. (2014) The role of Cittaslow in destination branding: The Case of Seferihisar. *Current Issues of Tourism Research*, 4 (1), 5-10.
- Kucukemiroglu, O., Harcar, T. ve Spillan, J. E. (2006) Market segmentation by exploring buyer lifestyle dimensions and ethnocentrism among Vietnamese consumers: An empirical study. *Journal of Asia Pacific Business*, 7(4): 5576.
- Kuhn, L. (2007) Sustainable tourism as emergent discourse, world futures. *Journal of New Paradigm Research*, 63, 286_297.
- Lam, T., ve Hsu, C. H. (2004) Theory of planned behavior: Potential travelers from China. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 28(4), 463–482
- Lane, B. (2009) Thirty years of sustainable tourism. In S. Gössling, C. M. Hall, ve D. B. Weaver (Eds.), *Sustainable Tourism Futures* (pp. 19-32). New York: Routledge.
- Leitch, A. (2013) Slow Food and the politics of pork fat: Italian food and European identity. *Journal of Anthropology*, 68 (4), 437-462.
- Liburd, J.J., ve Edwards, D. (2010) The future of sustainability. In J.J. Liburd ve D. Edwards (Eds.), *Understanding the sustainable development of tourism* (pp. 225_237). Oxford: Goodfellow.

- Lin, L., ve Yeh, H. (2013) Analysis of tour values to develop enablers using an interpretive hierarchy-based model in Taiwan. *Tourism Management*, 34, 133–144. doi:10.1016/j.tourman.2012.04.004.
- Lord Barry (1999) *Cultural Tourism and Museums*
- Loureiro, S. M. C. and Araújo, C. M. B. (2014) Luxury values and experience as drivers for consumers to recommend and pay more. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 21(3): 394-400
- Markwick, C. (2000) Golf tourism development, stakeholders, differing discourses, and alternative agendas: the case of Malta. *Tourism Management* 21,515-524
- Martin, D, Schouten, J. (2012) *Sustainable marketing*, Prentice Hall, New Jersey.
- Mason, Peter. (2003) *Tourism Impacts, Planning and Management*, Amsterdam: Butterworth- Heinemann,
- Maxim, C. (2015) Drivers of success in implementing sustainable tourism policies in urban areas. *Tourism Planning and Development*, 12(1), 37_47.
- Mayer, H. Ve Knox, P. L. (2006) Slow cities: sustainable places in a fast world. *Journal Of Urban Affairs*, 28 (4), 321-334.
- Mbaiwa, J.E. (2004) The success and sustainability of community-based natural resource management in the Okavango Delta, Botswana. *South African Geographical Journal*, 86(1), 44–53.
- McKercher, B., ve Prideaux, B. (2011) Are tourism impacts low on personal environmental agendas? *Journal of Sustainable Tourism*, 19(3), 325–345. doi:10.1080/ 09669582.2010.524702
- Mead, M. (1937) *Cooperation and Competition among Primitive Peoples*. New York.
- Mehmetoglu M (2010) Accurately identifying and comparing sustainable tourists, nature-based tourists, and ecotourists on the basis of their environmental concerns. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration* 11: 171–199.
- Meneley, A. (2004) Extra virgin olive oil and Slow Food. *Canadian Anthropology Society*, 46 (2), 165-176.

- Middleton, V. T. C. ve R Hawkins (1998) Sustainable Tourism: A Marketing Perspective. Oxford, UK: Butterworth-Heinemann
- Miele, M. (2008) Cittaslow: Producing slowness against the fast life. *Space And Polity*, 12 (1), 135- 156.
- Mihalic, T. (2013) "Performance of environmental resources of a tourist destination: concept and application", *Journal of Travel Research*, Vol. 52 No. 5, pp.614-630.
- Moore, K. (2012) "On the Periphery of Pleasure: Hedonics, Eudaimonics, and Slow Travel." In *Slow Tourism: Experiences and Mobilities*, edited by S. Fullagar, K. Markwell, and E. Wilson. Bristol, UK: Channel View, pp. 25-35.
- Mowforth, M., ve Munt, I. (2009) Tourism and sustainability: Development, globalization and new tourism in the third world (3rd ed.). New York, NY: Routledge.
- Mowforth, M., Munt, I. (2009) Tourism and sustainability. New York: Routledge.
- Muangasame, K., ve McKercher, B. (2015) The challenge of implementing sustainable tourism policy: A 360-degree assessment of Thailand's '7 Greens sustainable tourism policy'. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 497_516.
- Muhanna, E. (2008) The contribution of sustainable tourism development in poverty alleviation of local communities in South Africa. *Journal of Human Resources in Hospitality and Tourism*, 6(1), 37_61.
- Newsome, D, Moore S.A., ve Dowling, RK (2002) Natural area tourism: ecology, impacts and Management. Clevedon U.K: Channel view publication.
- Nilsson, J. H., Svard, A. C., Widarsson, A., ve Wirell, T. (2011) Cittaslow ecogastronomic heritage as a tool for destination development. *Current Issues in Tourism*, 14(4), 373–386. doi:10.1080/13683500.2010.511709
- Nina M. Iversen, Leif E. Hem ve Mehmet Mehmetoglu (2016) Lifestylesegmentation of tourists seeking nature-based experiences: the role of cultural values and travel motives, *Journal of Travel and TourismMarketing*, 33:sup1, 38-66, DOI: 10.1080/10548408.2014.998359.
- Nyaupane, G. P., Morais, D. B. ve Dowler, L. (2006) "The role of community involvement and number/type of visitors on tourism impacts: A controlled comparison of Annapurna, Nepal and Northwest Yunann, Nepal", *TourismManagement*, 27(): 1373–1385;

- Odabaşı, Yavuz ve Barış, Gülfidan (2012) Tüketici Davranışı. İstanbul: MediacatYayıncılık, 2012.
- Paco, A., ve Raposo, M. (2009) Green segmentation: An application to the Portuguese consumer market. *Marketing Intelligence and Planning*, 27(3), 364–379
- Parkins, W., ve G. Craig. (2006) *Slow Living*. Sydney: University of New South Wales Press.
- Parkins, W. (2004) Out of time: Fast subjects and slow living. *Time and Society*, 13 (23), 363-382.
- Peng Hongsong, Jinhe Zhang, Lin Lu , Guorong Tang, Bingjin Yan, Xiao Xiao, YaHan (2017) Eco-efficiency and its determinants at a tourism destination: A case study of Huangshan National Park, *China Tourism Management* 60(2017) 201e211
- Perugini, M., ve Bagozzi, R. P. (2001) The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: Broadening and deepening the theory of planned behaviour. *British Journal of Social Psychology*, 40(1), 79–98.
- Petrini, C. Ve Padovani, G. (2012) *Slow Food devrimi*. (çev. Ç. EKİZ). Sinek Sekiz Yayınevi. (Eserin orijinali 2005'de yayımlandı).
- Phillis, Y.A., ve Andriantiatsaholainaina , L.A. (2001) Sustainability: an ill-defined concept and its assessment using fuzzy logic. *Ecological Economics* 37, 435-456
- Pink, S. (2008) Sense and sustainability: The case of the slow city movement. *Local Environment, The International Journal of Justice and Sustainability*, 13 (2), 95-106.
- Plummer, J. T. (1974) The concept and application of lifestyle segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1): 33–37.
- Pulido-Fernández, J.I., Andrades-Caldito, L., Sánchez-Rivero, M., (2015) Unsustainable tourism an obstacle to the economic performance of the tourism industry? Evidence from an international empirical study. *Journal of Sustainable Tourism* 23(1), 47-64.
- Qi, Z., ve Hong, L. (2011) Study on design and research of tourist souvenirs on the background of low-carbon economy. *Energy Procedia*, 5, 2416–2420. doi:10.1016/j.egypro.2011.03.415
- Reisinger, Y. (2009) *International Tourism Cultures and Behavior*. Oxford: Butterworth- Heinemann.

- Richards, G. (1996) Production and consumption of European cultural tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 261-283.
- Richards, G. (2001) *Cultural Attractions and European Tourism*. Wallingford: CABI.
- Ritter, Á., Borchardt, M., Vaccaro, G., Pereira, G., ve Almeida, F. (2015) Motivations for promoting the consumption of green products in an emerging country: Exploring attitudes of Brazilian consumers. *Journal of Cleaner Production*, 106, 507-520. doi:10.1016/j.jclepro.2014.11.066
- Robson, J., ve Robson, I. (1996) From shareholders to stakeholders: Critical issues for tourism marketers. *Tourism Management*, 17(7), 533-540.
- Royne, M., Levy, M., ve Martinez, J. (2011) The public health implications of consumers' environmental concern and their willingness to pay for a co-friendly product. *The Journal of Consumer Affairs*, 45(2), 329-343. doi:10.1111/j.1745-6606.2011.01205.x
- Ruhanen, L. (2008) Progressing the sustainability debate: A knowledge management approach to sustainable tourism planning. *Current Issues in Tourism*, 11(5), 429-455.
- Salomon, I. (1983) Life style—a broader perspective on travel behavior. In: Carpenter, S., Jones, P. (eds.) *Recent Advances in Travel Demand Analysis*. Gower, Aldershot
- Salvo, P. D. ve Clemente, J. M. H. M. E. D., (2013) “Repellent” Tourists versus “Slow” Tourists, *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, Vol: 4, No: 2, 2013, pp. 131-148.
- Sánchez Sandra M. Cañizares, Ana M. Castillo Canalejo ve Julia M. NúñezTabales (2016) Stakeholders' perceptions of tourism development in Cape Verde, Africa, *Current Issues in Tourism*, 19:10, 966, DOI: 10.1080/13683500.2015.1008428.
- Scheyvens, R (1999) Ecotourism and the Empowerment of Local Communities. *Tourism Management*, 20, 245-249.
- Schlichter, S. (2007) The art of slow travel. Retrieved 02/10/2018, from NBC News. Retrieved from: http://www.nbcnews.com/id/20429755/ns/travel-travel_tips/t/art-slow-travel/.
- Semmens, J. Ve Freeman, C. (2012) The value of Cittaslow as an approach to local sustainable development: A New Zealand perspective. *International Planning Studies*, 17 (4), 353-375.

- Severson, K. (2008) Slow Food Savors its Big Moment. New York Times
- Shareef, Hot S. ve McAleer, M. (2008) The economics of small island tourism. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited
- Sharpley, R. (2014) Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37–49. doi:10.1016/j.tourman.2013.10.007.
- Sharpley, R (2002) The Challenges of Economic Diversification through Tourism: The Case of Abu Dhabi *The International Journal of Tourism Research*, 4(3), 221- 235.
- Siew Imm Ng, Kei Wei Chia, Jo Ann Ho, Sridar Ramachandran (2017) Seeking tourism sustainability e A case study of Tioman Island, Malaysia *Tourism Management* 58 (2017) 101e107.
- Silverberg, K. E., Backman, S. J., ve Backman, K. F. (1996) A Preliminary Investigation into the Psychographics of Nature-Based Travelers to the Southeastern United States. *Journal of Travel Research*, 35(2), 1928. <https://doi.org/10.1177/004728759603500204>.
- Simpson, K. (2001) Strategic planning and community involvement as contributors to sustainable tourism development. *Current Issues in Tourism*, 4(1), 3_41.
- Sirakaya, E., ve Woodside, A., G. (2005) Building and testing theories of decisionmaking by travellers. *Tourism Management*, 26 (6), 815-832.
- Sırım, V., (2012) Çevreyle Bütünleşmiş Bir Yerel Yönetim Örneği Olarak “Sakin Şehir” Hareketi Ve Türkiye’nin Potansiyeli, Vol. 1, No. 4, 2012, ss. 119-131.
- Song, H., Lee, C., Kang, S., ve Boo, S. (2012) The effect of environmentally friendly perceptions on festival visitors’ decision-making process using an extended model of goal-directed behavior. *Tourism Management*, 33(6), 1417–1428 doi:10.1016/j.tourman.2012.01.004.
- Soonthorsmai, V. (2007) Environmental and green marketing as global competitive edge: concept, synthesis and implication. Venice, Italy: EABR (Business) and ETLC (Teaching).
- Soteriou, E.C., ve Coccossis, H. (2010) Integrating sustainability into the strategic planning of National Tourism Organizations. *Journal of Travel Research*, 49(2), 191_205.

- Spenceley, A. (2005) Nature-based tourism and environmental sustainability in South Africa. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(2), 136_170.
- Srihadi T.F., Sukandar H.D., ve Soehadi A.W. (2016) Segmentation of the tourismmarket for Jakarta: Classification of foreign visitors' lifestyle typologies, *Tourism Management Perspectives* Volume 19, Part A, , Pages 32-39.
- Steward, J. H. (1950) *Area Research: Theory and Practice*. Social Science ResearchCouncil, Bulletin 63.
- Swarbrooke, J. (2002) *The Development and Management of Visitor Attractions*. London: Butterworth-Heinemann.
- Tavşancıl, E. (2014) *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara. NobelYayıncılık.
- Tayfun, A. ve Acuner, E. (2014) “A cittaslow:A comparative research Turkey andtheworld” *Conference of the International Journal of Arts and Science*,07(03): 239 236.
- Taylor, S., ve Todd, P. (1995) Assessing IT usage: the role of prior experience. *MIS Quarterly*, 19, 561–568.
- Telfer, D. J., ve Sharpley, R. (2008) *Tourism and development in the developing world*. Abingdon: Routledge.
- Tylor , E . B. (1871) *Researches into the Early History and Development of Mankind*. London.
- UNWTO (2017) *Definitions Committee on Tourism and Competitiveness (CTC)*.<http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/ctcdefinitionsenweb.pdf>
- UNWTO (2018) Last accessed 12 January 2019<https://news.un.org/en/story/2017/12/640512-world-could-see-18-billiontourists-2030-un-agency>
- UNWTO (2018) *Report on Tourism and Culture Synergies*. Madrid: UNWTO.
- UNWTO (2013) *Sustainable Tourism for Development Guidebook*. Contract nr . DCI-MULTI- 2011/280-663.
- Waligo, V.M., Clarke, J., ve Hawkins, R. (2013) Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework. *TourismManagement*, 36, 342_353.

- Wang, C.; Zhang, J.; Yu, P.; Hu, H. (2018) The theory of planned behavior as a model for understanding tourists' responsible environmental behaviors: The moderating role of environmental interpretations. *J. Clean. Prod.*, 194, 425-434.
- Weaver, D. B. (2012) Organic, incremental and induced paths to sustainable mass tourism convergence. *Tourism Management*, 33(5), 1030–1037.
- World Commission on Environment and Development (WCED) (1987) Our common future. Oxford: Oxford University Press.
- Wurzinger S ve Johansson M, (2006) Environmental concern and knowledge of ecotourism among three groups of Swedish tourists. *Journal of Travel Research*, 45: 217–226.
- Yung-Chuan Huang, Chih-Hsing Sam Liu, (2017) "Moderating and mediating roles of environmental concern and ecotourism experience for revisit intention", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 29 Issue: 7, pp.1854-1872, <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2015-0677>.
- Yurtseven, H. R. Ve Kaya, O. (2011) Slow tourists: a comparative research based on Cittaslow principles. *Amerikan International Journal of Contemporary Research*. 1 (2), 91-98.
- Zaei, M.E.; Zaei, M.E. (2013) The impacts of tourism industry on host community. *Eur. J. Tour. Hosp. Res.* 2013, 1, 12–21.
- Zhang, H. ve Lei, S.L. (2012) "A structural model of residents' intention to participate in ecotourism: the case of a wetland community", *Tourism Management*, Vol. 33 No. 4, pp. 916-925.
- Zimmer, M., Stafford, T., ve Stafford, M. (1994) Green issues: Dimensions of environmental concern. *Journal of Business Research*, 30(1), 63–74 doi:10.1016/0148-2963(94)90069-8.
- Zins, A. H. (1998) Leisure traveler choice models of theme hotels using psychographics.. *Journal of Travel Research*, 36(4): 3–15.

EK: ANKET FORMU

Değerli Katılımcı

Cevaplamanızı istediğimiz bu anket, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü öğrencisi Fakhri Baghirov'un doktora tezi için veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Çalışmaya sağlayacağınız katkı için şimdiden çok teşekkür ederiz.

Seferihisar Ziyaret Amacınızı Belirtiniz

() Turizm () Turizm ve İş () Diğer (Lütfen ankete son verin)

1. Bildiğiniz üzere doğal yaşam ile uyumlu, yeni kültürleri ve tarihi öğrenmeye açık, çevre dostu turistlere SAKİN TURİST denmektedir.					
5 = Çok yakın 1 = Çok Uzak	1	2	3	4	5
Kendinizi yukarıda verilen sakin turist tanımına ne kadar yakın buluyorsunuz					

2. Genel eğiliminizi ölçen ifadelere katılım derecenizi işaretleyebilirmisiniz

5=Kesinlikle Katılıyorum, 4=Katılıyorum, 3=Ne Katılıyorum, Ne Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 1=Kesinlikle Katılmıyorum	1	2	3	4	5
Çevreyi önemsiyorum					
Kültürel miras benim için önemli değildir.					
Tatildeyken olduğum yerin yerel ürünlerinden tüketmeyi tercih etmem					
Çevresel nedenlerden dolayı uçaktan ziyade trenle yolculuk yapmayı tercih ederim.					
Seyahat ederken çevreci olmaya çalışırım.					

Seferihisarda yaklaşık kaç gün kalmağı planlıyorsunuz _____

Seferihisara kaçınıcı gelişiniz

() 1 () 2 () 3 () Daha fazla

Seferihisarda kaldığınız konaklama yerinin dışında isteğinizle katıldığınız aktiviteler _____

3. Lütfen Seferihisardaki deneyimlerinizi gözönünde tutarak aşağıdaki ifadeleri cevaplayınız

(5=Kesinlikle Katılıyorum, 4=Katılıyorum, 3=Ne Katılıyorum, Ne Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 1=Kesinlikle Katılmıyorum)	1	2	3	4	5
Genel olarak Seferihisarın tarihi zenginliğinden memnun kaldım					
Genel olarak Seferihisardaki tesislerin (restoran, otel) müşteri ile olan iletişiminden memnun kaldım					
Genel itibarı ile Seferihisardaki yeme –içme hizmetlerinden memnun kalmadım					
Genel olarak Konaklama yerindeki temizlikten memnun kaldım					

Genel olarak Seferihisardaki fiyat seviyesinden (konaklama,ulaşım, eğlence) memnun kaldım					
Genel olarak Seferihisardaki yerel halkın turistlere karşı davranışından memnun kaldım					
Seferihisardaki çevrenin genel temizliğinden memnun kalmadım					
Genel olarak Seferihisardaki doğal çevrenin zenginliğinden memnun kaldım					
Genel olarak Seferihisardaki yemeklerden memnun kaldım					
Genel olarak Seferihisardaki konakladığım yerin kalite standartlarından memnun kalmadım					
Genel olarak Seferihisardan memnun kaldım					
Gelecek seyahatlerimde Seferihisarı tekrar ziyaret etmek isterim					
Gelecek seyahatlerimde Seferihisar'ı tekrar ziyaret etmeyi planlarım					
Gelecek seyahatlerimde Seferihisar'ı yeniden ziyaret etmek için çaba gösteririm					

4. Sakin turizme bakış açınız ile ilgili aşağıda verilen ifadelere katılım derecenizi işaretleyiniz.

5=Kesinlikle Katılıyorum, 4=Katılıyorum, 3=Ne Katılıyorum, Ne Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 1=Kesinlikle Katılmıyorum	1	2	3	4	5
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmek benim için önemlidir					
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmek beni mutlu eder					
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmek kendimi ödüllendirmektir					
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmek ilgi alanıma girer					
Sakin turizm yerlerini ziyaret ettiğimi başkaları ile paylaşmaktan mutluluk duyarım					
Fırsat buldukça sakin turizm yerlerini ziyaret etmek isterim					
Çoğu arkadaşım sakin turizm yerlerini ziyaret etmeyi sever					
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmeye karşı tutumum olumludur					
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmenin ekonomik açıdan faydalı olduğunu düşünüyorum					
Sakin turizmin çevrenin korunması açısından faydalı olduğuna inanıyorum					
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmenin turizm yerlerinin gelişmesi açısından yararlı olduğunu düşünüyorum					
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmenin cazip olduğuna inanıyorum					
Sakin turizm yerlerini ziyaret etmenin keyifli olduğunu düşünüyorum					

Yakın gelecekte sizin turizm yerlerini ziyaret ettiğimde yerel halk gibi yaşamayı düşünüyorum					
Çevremdeki insanlar tatil için bana en uygun seçeneğin sizin turizm olduğunu düşünür					
Çevremdeki insanlar tatil için sizin turizm yerlerine gitmemi destekler					
Çevremdeki insanlar tatil için sizin turizm yerlerine gitmemi olumlu değerlendirir					
Çevremdeki insanlar tatil için sizin turizm yerlerine gitme konusunda benimle aynı fikirdeler					
Çevremdeki insanlar sizin turizme gitmemi önerir					
Sizin turizm için seyahat edip etmeme kararını tamamen kendim veririm					
Sizin turizm yerlerini ziyaret edebilmek için yeterli maddi imkana sahibim					
Sizin turizm yerlerini ziyaret edebilmek için yeterli zamana sahibim					

5. Lütfen kendinizi ve seyahat alışkanlıklarınızı düşünerek aşağıdaki ifadeleri cevaplayınız

5=Kesinlikle Katılıyorum, 4=Katılıyorum, 3=Ne Katılıyorum, Ne Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 1=Kesinlikle Katılmıyorum)	1	2	3	4	5
Yurt dışına çıktığımda rehberli bir turda olmayı tercih ederim					
En iyi tatil sadece dinlendiğim tatildir					
Tatile çıktığımda adrenalin aramayı severim					
En iyi tatil en çok gece hayatı (bar, gece kulüpleri) olan tatildir					
Tatildeyken lüks otellerde kalmam önemlidir					
Tarihi eserleri olan ülkeleri ziyaret etmeyi tercih ederim					
Turizm yerindeki yerel halk ile iletişim kurmayı severim					
Bir geziye çıkacağım zaman tatil planımı kendim hazırlamayı tercih ederim					
Arkadaşlarım benden hangi yabancı ülkeye gitmeleri gerektiği konusunda tavsiye alır					
Tatildeyken çok fazla aktiviteye (müze ziyaretleri, yürüyüş, su sporları) katılmaya çalışırım					
Tatil yerlerindeki yerel kültür korunmalıdır					
Kültürüm benim için çok önemlidir					
Seyahatlerimde kendi kültürümden farklı bir kültür görmenin önemli olduğunu düşünüyorum					
Seyahatlerimde turizm yerinin tarihi hakkında bilgi sahibi olmanın önemli olduğunu düşünüyorum					
Seyahatlerimde kültürel etkinliklere katılmanın önemli olduğunu düşünüyorum					
İnsanın doğaya müdahalesi kötü sonuçlara neden oluyor					

Günlük yaşamda düzenli olarak su tasarrufu yapılmamalıdır					
İnsanlık çevreyi tahrip ediyor					
Günlük yaşamda düzenli olarak çevre dostu ürünler satın alınmalıdır					
Çevreyi temiz tutmak için geri dönüşü olmayan ürünler vergilendirilmelidir					
Üreticiler üretim sürecinde geri dönüştürülebilir malzemeleri kullanmalıdırlar					
Reklamlarda ürünlerin çevresel zararlarından bahsedilmesi gerekmektedir					
Günlük yaşamda düzenli olarak geri dönüşüm yapılmalıdır					
Günlük yaşamda düzenli olarak enerji tasarrufu yapılmamalıdır					
Doğayla uyum içinde yaşamalıyız					
Diğer canlılar da insanlar gibi yaşama hakkına sahiptirler					

6. En son bitirdiğiniz okul () İlkokul () Ortaokul () Lise () Ön Lisans () Lisans () Yüksek Lisans () Doktora	7. Mesleğiniz () Özel Sektör Çalışanı () Kamu Sektörü Çalışanı () Serbest Meslek () Esnaf/Tüccar () Öğrenci () Emekli () Ev Hanımı () Çalışmıyor () Diğer _____
8. Aylık Kişisel Gelir Durumunuz _____ 9. Aile Büyüklüğü () 1-2 Kişi () 3-4 Kişi () 5-6 Kişi () 7-8 Kişi () 9 ve üzeri kişi	10. Cinsiyetiniz () Erkek () Kadın 11. Evlilik Durumunuz () Evli () Bekar () Boşanmış () Dul

ÖZGEÇMİŞ

Fakhri Baghirov 1991 senesinde Azerbaycanda doğdu. 2007 senesinde Azerbaycan Devlet İktisat Universitesine kabul oldu. 2009 senesinde eğitimini Malezya Teknoloji Universitesinde devam ettirdi. 2013 senesinde lisans, 2015 senesinde ise Yüksek Lisansı aynı üniversitenin Yönetim ve Pazarlama bölümünden mezun oldu. Bu süreç zarfında uluslararası firmalarda çalıştı.

2015 senesinde İstanbul Üniversitesinde Doktora eğitimi almaya hakk kazandı ve aynı sene İstanbul'a yerleşti. Doktora eğitimi sürecinde uluslararası SSCI ve ESCI dergilerde bir çok makalesi yayınlandı.

Doktora eğitiminin yanısıra bir çok ticaretle meşgul oldu ve 2016-2020 senesinde TAYS A.Ş firmasında Dış Ticaret Müdürü pozisyonunda çalıştı. 2020 senesinde ABK holding bünyesine geçti ve hazırda Global Proje Yöneticisi pozisyonunda çalışmaktadır.