



INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM AND DESTINATION STUDIES

INTERNATIONAL | OPEN ACCESS | PEER-REVIEWED | INDEXED | E-JOURNAL

**I
J
O
T
A
D
S**

Year : 2022
Volume : I
Issue : I

ISSN : ____-____
Web : ijotads.com
E-Mail : ijotads@gmail.com
Chief Editor : Aydın ÜNAL
Issue Editors : Emre ÇİLESİZ & Ersin ARIKAN

TURKEY

ABOUT US

International Journal of Tourism and Destination Studies is a peer-reviewed and scientific journal that started its publication life in 2022 to be published in other international indexes. Our journal includes all conceptual and practice-based studies on tourism-related business, guidance, recreation, gastronomy, special interest, sustainability, alternative tourism and other current tourism topics, as well as destination management, marketing, analysis, etc. It is open to all studies and research on the subject headings. The main purpose of our journal is to bring original studies to the tourism literature and sector; to bring scientific solutions to academic, sectoral and literature problems and to create a publishing approach that will be sustained by taking into account the principles of scientific publication ethics, impartiality and transparency. In addition our journal; within the framework of the relevant principles and principles, it strives to prove itself in its field within a certain period of time and to be scanned in international field indexes, primarily TR DIZIN. The **International Journal of Tourism and Destination Studies** is published online and free of charge as two issues in september and march throughout the year, in Turkish and English, within the scope of the principles of double-blind refereeing and scientific publication ethics.

HAKKIMIZDA

International Journal of Tourism and Destination Studies 2022 yılında uluslararası diğer indekslerde yayımlanmak üzere yayın hayatına başlamış hakemli ve bilimsel bir dergidir. Dergimiz turizmle alakalı işletmecilik, rehberlik, rekreasyon, gastronomi, özel ilgi, sürdürülebilirlik, alternatif turizm ve diğer güncel turizm konu başlıklarında tüm kavramsal ve uygulama temelli çalışmalara ve ayrıca destinasyon yönetimi, pazarlaması, analizi vb. konu başlıklarındaki tüm çalışmalara ve araştırmalara açıktır. Dergimizin temel varlık amacını turizm alanyazına ve sektörüne özgün çalışmalar kazandırmak; akademik, sektörel ve alanyazınsal sorunsallara bilimsel çözüm önerileri getirmek ve bilimsel yayın etiği, tarafsızlık ve şeffaflık ilkelerini dikkate alarak sürdürülecek yayıncılık anlayışı oluşturmaktadır. Ayrıca dergimiz; ilgili prensipler ve ilkeler çerçevesinde belirli bir süre zarfında alanında kendisini ispatlayıp öncelikle TR DİZİN başta olmak üzere uluslararası alan indeksleri nezdinde taranma gayretindedir. **International Journal of Tourism and Destination Studies** yıl içerisinde eylül ve mart aylarında, Türkçe ve İngilizce dillerinde, çift kör hakemlik ve bilimsel yayın etiği ilkeleri kapsamında iki sayı olarak, online (çevrimiçi) ve ücretsiz olarak yayımlanmaktadır.

PURPOSE AND SCOPE

The main purpose of the **International Journal of Tourism and Destination Studies** is to bring original studies to the tourism literature and sector; to bring scientific solutions to academic, sectoral and literature problems and to create a publishing approach that will be sustained by taking into account the principles of scientific publication ethics, impartiality and transparency. Our journal is open to publications from all sub-disciplines and subject headings that may be included in the general topic of tourism and destination. The **International Journal of Tourism and Destination Studies** will be published online and free of charge in two issues in september and march throughout the year, in Turkish and English, within the scope of the principles of double-blind refereeing and scientific publication ethics. The journal is open to all conceptual, theoretical and practical studies, as well as extended and enriched contents of papers-paper formats. Also congress, symposium, etc. journals can be included in special or additional issues of organizations.

AMAÇ VE KAPSAM

International Journal of Tourism and Destination Studies temel varlık amacını turizm alanyazına ve sektörüne özgün çalışmalar kazandırmak; akademik, sektörel ve alanyazınsal sorunsallara bilimsel çözüm önerileri getirmek ve bilimsel yayın etiği, tarafsızlık ve şeffaflık ilkelerini dikkate alarak sürdürülecek yayıncılık anlayışı oluşturmaktadır. Dergimiz turizm ve destinasyon genel konu başlığına dâhil olabilecek tüm alt disiplinlere ve konu başlıklarından yayınlara açıktır. **International Journal of Tourism and Destination Studies** yıl içerisinde eylül ve mart aylarında, Türkçe ve İngilizce dillerinde, çift kör hakemlik ve bilimsel yayın etiği ilkeleri kapsamında iki sayı şeklinde, online (çevrimiçi) ve ücretsiz olarak yayımlanacaktır. Dergi kavramsal, kuramsal, uygulama içerikli tüm çalışmalara ve bildiri-tebliğ formatındaki çalışmaların genişletilmiş ve zenginleştirilmiş içeriklerine açıktır. Ayrıca kongre, sempozyum, vb. organizasyonların özel veya ek sayılarında dergi yer alabilmektedir.

JOURNAL BOARDS

CHIEF EDITOR

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Dr.	Aydın ÜNAL	Sinop University

EDITORS

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Dr.	Emre ÇİLESİZ	Sinop University
Dr.	Ercan KARAÇAR	Sinop University
Dr.	Ersin ARIKAN	Sinop University
Dr.	Onur ÇELEN	Bursa Uludağ University

ASSISTANT EDITOR

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Ms.C.	Cemre TOKATLI	Independent Researcher

LANGUAGE EDITORS

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Lecturer	Mahmut ÖNER	Sinop University
Lecturer	Ramazan GÜZEL	Sinop University

TECHNICAL EDITORS

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Dr.	Emre ÇİLESİZ	Sinop University
Dr.	Ersin ARIKAN	Sinop University
Lecturer	Volkan ÇAVUŞ	Sinop University

AREA EDITORS

TOURISM MANAGEMENT AREA EDITORS

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Prof. Dr.	Ahmet KÖROĞLU	Balıkesir University
Prof. Dr.	Bayram ŞAHİN	Balıkesir University
Prof. Dr.	Cafer TOPALOĞLU	Muğla Sıtkı Koçman University
Prof. Dr.	Cevdet AVCIKURT	Balıkesir University
Prof. Dr.	Emrah ÖZKUL	Kocaeli University
Prof. Dr.	Erol DURAN	Çanakkale Onsekiz Mart University
Prof. Dr.	Hasan Hüseyin SOYBALI	Afyon Kocatepe University
Prof. Dr.	İsmail KIZILIRMAK	İstanbul University
Prof. Dr.	Kutay OKTAY	Kastamonu University
Prof. Dr.	Muammer MESCİ	Düzce University
Prof. Dr.	Muharrem TUNA	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr.	Murat YEŞİLTAŞ	Burdur Mehmet Akif Ersoy University
Prof. Dr.	Orhan BATMAN	Sakarya Applied Sciences University
Prof. Dr.	Şule AYDIN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Prof. Dr.	Yusuf AYMANKUY	Balıkesir University
Prof. Dr.	Yüksel ÖZTÜRK	Ankara Hacı Bayram Veli University

GASTRONOMY AREA EDITORS

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Prof. Dr.	Ahmet AKTAŞ	Kapadokya University
Prof. Dr.	Atilla AKBABA	İzmir Kâtip Çelebi University
Prof. Dr.	Berrin GÜZEL	Aydın Adnan Menderes University
Prof. Dr.	Düriye BOZOK	Balıkesir University
Prof. Dr.	Fügen ÖZKAYA	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr.	Hakan TURGUT	Başkent University
Prof. Dr.	İrfan YAZICIOĞLU	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr.	Mehmet SARIŞIK	Sakarya Applied Sciences University
Prof. Dr.	Mehmet Oğuzhan İLBAN	Balıkesir University
Prof. Dr.	Murat DOĞDUBAY	Balıkesir University
Prof. Dr.	Şafak ÜNÜVAR	Selçuk University
Prof. Dr.	Şevki ULEMA	Sakarya Applied Sciences University

RECREATION AREA EDITORS

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Prof. Dr.	Akyay UYGUR	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr.	Ali YAYLI	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr.	Aydın YILMAZER	Sakarya Applied Sciences University
Prof. Dr.	Bilgehan GÜLCAN	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr.	Gül GÜNEŞ	Selçuk University
Prof. Dr.	Nuray TÜRKER	Karabük University

TOURISM GUIDANCE AREA EDITORS

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Prof. Dr.	Burhanettin ZENGİN	Sakarya Applied Sciences University
Prof. Dr.	İbrahim GÖNEN	Nişantaşı University
Prof. Dr.	Necdet HACIOĞLU	İstanbul Gelişim University
Prof. Dr.	Orhan İÇÖZ	Yaşar University
Prof. Dr.	Özlem KÖROĞLU	Balıkesir University

ADVISORY BOARD

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Prof. Dr.	Ahmet AKTAŞ	Kapadokya University
Prof. Dr.	Ahmet KÖROĞLU	Balıkesir University
Prof. Dr.	Akyay UYGUR	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr.	Ali YAYLI	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr.	Atilla AKBABA	İzmir Kâtip Çelebi University
Prof. Dr.	Aydın YILMAZER	Sakarya Applied Sciences University
Prof. Dr.	Bayram ŞAHİN	Balıkesir University
Prof. Dr.	Berrin GÜZEL	Aydın Adnan Menderes University
Prof. Dr.	Bilgehan GÜLCAN	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr.	Burhanettin ZENGİN	Sakarya Applied Sciences University
Prof. Dr.	Cafer TOPALOĞLU	Muğla Sıtkı Koçman University
Prof. Dr.	Cevdet AVCIKURT	Balıkesir University
Prof. Dr.	Düriye BOZOK	Balıkesir University
Prof. Dr.	Emrah ÖZKUL	Kocaeli University
Prof. Dr.	Erol DURAN	Çanakkale Onsekiz Mart University
Prof. Dr.	Fügen ÖZKAYA	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr.	Gül GÜNEŞ	Selçuk University
Prof. Dr.	Hakan TURGUT	Başkent University
Prof. Dr.	Hasan Hüseyin SOYBALI	Afyon Kocatepe University
Prof. Dr.	İbrahim GÖNEN	Nişantaşı University
Prof. Dr.	İrfan YAZICIOĞLU	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr.	İsmail KIZILIRMAK	İstanbul University
Prof. Dr.	Kutay OKTAY	Kastamonu University
Prof. Dr.	Mehmet SARIŞIK	Sakarya Applied Sciences University
Prof. Dr.	Mehmet Oğuzhan İLBAN	Balıkesir University
Prof. Dr.	Muammer MESCİ	Düzce University
Prof. Dr.	Muharrem TUNA	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr.	Muhsin HALİS	Kocaeli University
Prof. Dr.	Murat DOĞDUBAY	Balıkesir University
Prof. Dr.	Murat Selim SELVİ	Tekirdağ Namık Kemal University
Prof. Dr.	Murat YEŞİLTAŞ	Burdur Mehmet Akif Ersoy University
Prof. Dr.	Necdet HACIOĞLU	İstanbul Gelişim University
Prof. Dr.	Nuray TÜRKER	Karabük University
Prof. Dr.	Orhan BATMAN	Sakarya Applied Sciences University
Prof. Dr.	Orhan İÇÖZ	Yaşar University
Prof. Dr.	Özlem KÖROĞLU	Balıkesir University
Prof. Dr.	Şafak ÜNÜVAR	Selçuk University
Prof. Dr.	Şevki ULEMA	Sakarya Applied Sciences University
Prof. Dr.	Şule AYDIN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Prof. Dr.	Yusuf AYMANKU	Balıkesir University
Prof. Dr.	Yüksel ÖZTÜRK	Ankara Hacı Bayram Veli University

SCIENCE AND REFEREE BOARD

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Prof. Dr.	Ahmet AKTAŞ	Kapadokya University
Prof. Dr.	Ahmet KÖROĞLU	Balıkesir University
Prof. Dr.	Akyay UYGUR	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr.	Ali YAYLI	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr.	Atilla AKBABA	İzmir Kâtip Çelebi University
Prof. Dr.	Aydın YILMAZER	Sakarya Applied Sciences University
Prof. Dr.	Bayram ŞAHİN	Balıkesir University
Prof. Dr.	Berrin GÜZEL	Aydın Adnan Menderes University

Prof. Dr.	Bilgehan GÜLCAN	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr.	Burhanettin ZENGİN	Sakarya Applied Sciences University
Prof. Dr.	Cafer TOPALOĞLU	Muğla Sıtkı Koçman University
Prof. Dr.	Cevdet AVCIKURT	Balıkesir University
Prof. Dr.	Düriye BOZOK	Balıkesir University
Prof. Dr.	Emrah ÖZKUL	Kocaeli University
Prof. Dr.	Erol DURAN	Çanakkale Onsekiz Mart University
Prof. Dr.	Fügen ÖZKAYA	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr.	Gül GÜNEŞ	Selçuk University
Prof. Dr.	Hakan TURGUT	Başkent University
Prof. Dr.	Hasan Hüseyin SOYBALI	Afyon Kocatepe University
Prof. Dr.	İbrahim GÖNEN	Niğantaşı University
Prof. Dr.	İrfan YAZICIOĞLU	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr.	İsmail KIZILIRMAK	İstanbul University
Prof. Dr.	Kutay OKTAY	Kastamonu University
Prof. Dr.	Mehmet SARIİŞİK	Sakarya Applied Sciences University
Prof. Dr.	Mehmet Oğuzhan İLBAN	Balıkesir University
Prof. Dr.	Muammer MESCİ	Düzce University
Prof. Dr.	Muharrem TUNA	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr.	Muhsin HALİS	Kocaeli University
Prof. Dr.	Murat DOĞDUBAY	Balıkesir University
Prof. Dr.	Murat Selim SELVİ	Tekirdağ Namık Kemal University
Prof. Dr.	Murat YEŞİLTAŞ	Burdur Mehmet Akif Ersoy University
Prof. Dr.	Necdet HACIOĞLU	İstanbul Gelişim University
Prof. Dr.	Nuray TÜRKER	Karabük University
Prof. Dr.	Orhan BATMAN	Sakarya Applied Sciences University
Prof. Dr.	Orhan İÇÖZ	Yaşar University
Prof. Dr.	Özlem KÖROĞLU	Balıkesir University
Prof. Dr.	Şafak ÜNÜVAR	Selçuk University
Prof. Dr.	Şevki ULEMA	Sakarya Applied Sciences University
Prof. Dr.	Şule AYDIN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Prof. Dr.	Yusuf AYMANKUY	Balıkesir University
Prof. Dr.	Yüksel ÖZTÜRK	Ankara Hacı Bayram Veli University
Ass. Prof. Dr.	Abdülmenaf KORKUTATA	Çanakkale Onsekiz Mart University
Ass. Prof. Dr.	Ali SOLUNOĞLU	Balıkesir University
Ass. Prof. Dr.	Ali Turan BAYRAM	Sinop University
Ass. Prof. Dr.	Alper KURNAZ	Bolu Abant İzzet Baysal University
Ass. Prof. Dr.	Aydın ÜNAL	Sinop University
Ass. Prof. Dr.	Ayhan DAĞDEVİREN	Çankırı Karatekin University
Ass. Prof. Dr.	Aysu ALTAŞ	Aksaray University
Ass. Prof. Dr.	Aysen ACUN KÖKSALANLAR	Bursa Uludağ University
Ass. Prof. Dr.	Aziz Gökhan ÖZKOÇ	Sakarya Applied Sciences University
Ass. Prof. Dr.	Bayram AKAY	Burdur Mehmet Akif Ersoy University
Ass. Prof. Dr.	Bekir EŞİTTİ	Çanakkale Onsekiz Mart University
Ass. Prof. Dr.	Belma SUNA	Gaziantep University
Ass. Prof. Dr.	Bilal DEVECİ	Kırklareli University
Ass. Prof. Dr.	Burhan SEVİM	Kastamonu University
Ass. Prof. Dr.	Ceren İŞÇİ	Manisa Celâl Bayar University
Ass. Prof. Dr.	Duran CANKÜL	Eskişehir Osmangazi University
Ass. Prof. Dr.	Emine CİHANGİR	Van Yüzyüncü Yıl University
Ass. Prof. Dr.	Emirhan YENİŞEHİRLİOĞLU	Alanya Alaaddin Keykubat University
Ass. Prof. Dr.	Ercan KARAÇAR	Sinop University
Ass. Prof. Dr.	Ercan YAVUZ	Ankara Hacı Bayram Veli University
Ass. Prof. Dr.	Fatih TÜRKMEN	Karabük University
Ass. Prof. Dr.	Göksel Kemal GİRGİN	Balıkesir University
Ass. Prof. Dr.	Gül ERKOL BAYRAM	Sinop University
Ass. Prof. Dr.	Gülşen BAYAT	İğdır University
Ass. Prof. Dr.	Gürkan AKDAĞ	Mersin University
Ass. Prof. Dr.	Hasan CİNNİOĞLU	İskenderun Teknik University
Ass. Prof. Dr.	Hüseyin PAMUKÇU	Afyon Kocatepe University
Ass. Prof. Dr.	Hüseyin Avni KIRMACI	Karabük University
Ass. Prof. Dr.	İbrahim ÇETİN	Akdeniz University
Ass. Prof. Dr.	Kaplan UĞURLU	Kırklareli University
Ass. Prof. Dr.	Kübra ÇAMUR	Gazi University
Ass. Prof. Dr.	Mehmet ŞEREMET	Van Yüzyüncü Yıl University
Ass. Prof. Dr.	Melda AKBABA	Kilis 7 Aralık University
Ass. Prof. Dr.	Melike GÜL	Balıkesir University
Ass. Prof. Dr.	Mustafa Murat KIZANLIKLI	Ankara Hacı Bayram Veli University
Ass. Prof. Dr.	Onur ÇAKIR	Kırklareli University
Ass. Prof. Dr.	Ömer Kürşad TÜFEKÇİ	Isparta Applied Sciences University
Ass. Prof. Dr.	Özgür YAYLA	Akdeniz University
Ass. Prof. Dr.	Sabriye ÇELİK UĞUZ	Balıkesir University
Ass. Prof. Dr.	Sait DOĞAN	İskenderun Teknik University
Ass. Prof. Dr.	Salim İBİŞ	İstanbul Galata University
Ass. Prof. Dr.	Sebahattin KARAMAN	Balıkesir University
Ass. Prof. Dr.	Seda ŞAHİN	Balıkesir University
Ass. Prof. Dr.	Seden DOĞAN	Ondokuz Mayıs University
Ass. Prof. Dr.	Serkan ŞENGÜL	Sakarya Applied Sciences University
Ass. Prof. Dr.	Serkan TÜRKMEN	Çanakkale Onsekiz Mart University

Ass. Prof. Dr.	Sibel SÜ ERÖZ	Kırklareli University
Ass. Prof. Dr.	Sinan ÇAVUŞOĞLU	Bingöl University
Ass. Prof. Dr.	Şefik Okan MERCAN	Çanakkale Onsekiz Mart University
Ass. Prof. Dr.	Turgay BUCAK	Dokuz Eylül University
Ass. Prof. Dr.	Tülay GÜZEL	Çanakkale Onsekiz Mart University
Ass. Prof. Dr.	Ümit SORMAZ	Necmettin Erbakan University
Ass. Prof. Dr.	Üzeyir KEMENT	Ordu University
Ass. Prof. Dr.	Yeliz PEKERŞEN	Necmettin Erbakan University
Ass. Prof. Dr.	Yusuf ACAR	Aksaray University
Ass. Prof. Dr.	Akif GÖKÇE	Sakarya Applied Sciences University
Ass. Prof. Dr.	Alper İŞİN	İzmir Kâtip Çelebi University
Ass. Prof. Dr.	Aysun GARGACI KINAY	Sinop University
Ass. Prof. Dr.	Betül ÇETİN	Niğde Ömer Halisdemir University
Ass. Prof. Dr.	Birgül AYDIN	Doğuş University
Ass. Prof. Dr.	Ceyhun AKYOL	Artvin Çoruh University
Ass. Prof. Dr.	Çağla ÜST CAN	Aksaray University
Ass. Prof. Dr.	Didar SARI ÇALLI	Sakarya Applied Sciences University
Ass. Prof. Dr.	Emre ÇİLESİZ	Sinop University
Ass. Prof. Dr.	Eray POLAT	Gümüşhane University
Ass. Prof. Dr.	Erkan GÜNEŞ	Erzincan Binali Yıldırım University
Ass. Prof. Dr.	Ersin ARIKAN	Sinop University
Ass. Prof. Dr.	Füsun ESENKAL ÇÖZELİ	Bandırma Onyedli Eylül University
Ass. Prof. Dr.	Gizem ÖZGÜREL	Balıkesir University
Ass. Prof. Dr.	Gönül GÖKER	Çankırı Karatekin University
Ass. Prof. Dr.	Gözde SEVAL ERGÜN	Akdeniz University
Ass. Prof. Dr.	Gürkan ALAGÖZ	Erzincan Binali Yıldırım University
Ass. Prof. Dr.	Handan ÖZÇELİK BOZKURT	Sinop University
Ass. Prof. Dr.	Hasan Ali ERDOĞAN	Necmettin Erbakan University
Ass. Prof. Dr.	Hasibe YAZIT	Sinop University
Ass. Prof. Dr.	İsmail BİLGİÇLİ	Sakarya Applied Sciences University
Ass. Prof. Dr.	İsmail ÇALIK	Gümüşhane University
Ass. Prof. Dr.	Kerem KAPTANGİL	Sinop University
Ass. Prof. Dr.	Koray GENÇ	Ordu University
Ass. Prof. Dr.	Mahmut BARAKAZI	Harran University
Ass. Prof. Dr.	Makbule CİVELEK	Zonguldak Bülent Ecevit University
Ass. Prof. Dr.	Mehmet Mert PASLI	Giresun University
Ass. Prof. Dr.	Melih AYDIN	Kilis 7 Aralık University
Ass. Prof. Dr.	Meltem YALÇIN KAYIKÇI	Kırklareli University
Ass. Prof. Dr.	Mesut BOZKURT	Çanakkale Onsekiz Mart University
Ass. Prof. Dr.	Mikail KARA	Çankırı Karatekin University
Ass. Prof. Dr.	Muhammed TAŞ	Erzincan Binali Yıldırım University
Ass. Prof. Dr.	Muhammet Emin SOYDAŞ	Pamukkale University
Ass. Prof. Dr.	Necibe ŞEN	Erzincan Binali Yıldırım University
Ass. Prof. Dr.	Neşe KAFA	Çanakkale Onsekiz Mart University
Ass. Prof. Dr.	Nuray TÜRKÖĞLU	Muş Alparslan University
Ass. Prof. Dr.	Olca SEZEN DOĞANCILI	Sinop University
Ass. Prof. Dr.	Ömer SARAÇ	Sakarya Applied Sciences University
Ass. Prof. Dr.	Pelin KOÇ	Van Yüzüncü Yıl University
Ass. Prof. Dr.	Recep YILDIRGAN	Sakarya Applied Sciences University
Ass. Prof. Dr.	Semahat Banu YILDIZ	Balıkesir University
Ass. Prof. Dr.	Semih ARICI	Pamukkale University
Ass. Prof. Dr.	Serap ALKAYA	Pamukkale University
Ass. Prof. Dr.	Serpil KOCAMAN	Alanya Alaaddin Keykubat University
Ass. Prof. Dr.	Seyit Ahmet SOLMAZ	Harran University
Ass. Prof. Dr.	Süleyman AKKAŞOĞLU	Doğuş University
Ass. Prof. Dr.	Şaban KARGİGLİOĞLU	Muğla Sıtkı Koçman University
Ass. Prof. Dr.	Uğur SAYLAN	Kütahya Dumlupınar University
Ass. Prof. Dr.	Züleyhan BARAN	Düzce University
Dr.	Aynur GÜLENC BİRSEN	Necmettin Erbakan University
Dr.	Beyza HATIRNAZ	Düzce University
Dr.	Buket BULUK EŞİTTİ	Çanakkale Onsekiz Mart University
Dr.	Çağrı ERDOĞAN	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Eda HAZARHUN	Independent Researher
Dr.	Elham ANASORİ	Eastern Mediterranean University
Dr.	Erhan BABAÇ	Afyon Kocatepe University
Dr.	Kübra AŞAN	Sinop University
Dr.	Muhammet Caner KAYA	Trabzon University
Dr.	Neslihan CAVLAK	Tekirdağ Namık Kemal University
Dr.	Nur Neşe ŞAHİN	Yalova University
Dr.	Onur ÇELEN	Bursa Uludağ University
Dr.	Şahin KARABULUT	Karamanoğlu Mehmetbey University
Dr.	Tuba TÜRK MENDAĞ	Atatürk University
Dr.	Yasemin KOÇAK BİLGİN	Doğuş University

ISSUE REFEREE BOARD

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Dr.	Akif GÖKÇE	Sakarya University of Applied Sciences
Dr.	Ceyhan AKYOL	Artvin Çoruh University
Dr.	Emre ÇİLESİZ	Sinop University
Dr.	Erhan BABAÇ	Afyon Kocatepe University
Dr.	Ersin ARIKAN	Sinop University
Dr.	Gizem ÖZGÜREL	Balıkesir University
Dr.	Gürkan ALAGÖZ	Erzincan Binali Yıldırım University
Dr.	İsmail BİLGİÇLİ	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Melih AYDIN	Kilis 7 Aralık University
Dr.	Muhammet Caner KAYA	Trabzon University
Dr.	Onur ÇELEN	Bursa Uludağ University
Dr.	Nur Neşe ŞAHİN	Yalova University
Dr.	Recep YILDIRGAN	Sakarya Applied Sciences University

INDEXED – İNDEKSLER

2022 yılı haziran ayında yayın hayatına başlayan IJOTADS ilk sayısında gerekli süreçler gereği indeksiz çıkmış olup ikinci sayımızla birlikte ISSN ve indeks süreçlerini tamamlayıp uluslararası diğer indeksler sınıfında yayın hayatına devam edecektir.

IJOTADS journal, which started its publication life in June 2022, was published without an index due to the necessary processes in its first issue. With our second issue, it will complete the ISSN and index processes and continue its publication life in the class of other international indexes.

JOURNAL CONTACT INFORMATION

Sinop University
 School of Tourism and Hotel Management
 Osmaniye District, University Street, No: 52L, SİNOP
 ijotads@gmail.com

EDITOR CONTACT INFORMATION

Dr. Aydın ÜNAL	Dr. Ercan KARAÇAR	Dr. Emre ÇİLESİZ	Dr. Ersin ARIKAN	Dr. Onur ÇELEN
Sinop University	Sinop University	Sinop University	Sinop University	Bursa Uludağ University
School of Tourism and Hotel Management	School of Tourism and Hotel Management	School of Tourism and Hotel Management	School of Tourism and Hotel Management	Harmancık Vocational High School
Osmaniye District, University Street, No: 52L, SİNOP	Osmaniye District, University Street, No: 52L, SİNOP	Osmaniye District, University Street, No: 52L, SİNOP	Osmaniye District, University Street, No: 52L, SİNOP	Zekai Gümüşdiş Street, No: 1, 16770 Harmancık – BURSA
0 543 853 80 69	0 507 868 75 20	0 539 266 17 01	0 506 773 19 79	0 541 716 37 52
aydin-unal@hotmail.com.tr	ekaracar@sinop.edu.tr	ecilesiz@sinop.edu.tr	earikan@sinop.edu.tr	onurcelen@uludag.edu.tr

FROM THE EDITOR

Dear people of the world of science and the Tourism Academy;

International Journal of Tourism and Destination Studies (IJOTADS) is an international, peer-reviewed, open access and free e-journal that started its publication life in 2022. Our journal, which set out with other international indexes and with the effort to enter the TR INDEX in a short time, continues its journey by complying with the necessary care, meticulousness and ethical principles in order to be included in the international indexes in the long term. Our journal, which is actively involved in various committees of academics with national and international recognition, experience and reliability in the field of tourism is also a social science platform where everyone who is engaged in academic writing, opinion, study and thought can have a say. Since the idea of establishment emerged, our valuable professors in the board of directors of the journal, who have joined the family of our journal, support us, guide us with their scientific knowledge, experiences, studies and researches, shed light, support and participate in the processes and also by not offending us both from home and abroad. We would like to thank our esteemed professors who are in the advisory, publication and referee boards and who contributed to us with their fields of expertise. In this journey that we have embarked on to contribute to tourism academic experience; we, as the IJOTADS family, have been working as a referee, editor, etc., as well as at the point of publication. We expect your support in the duties and invite you to share responsibility. Your presence and support will encourage, motivate and strengthen us on this difficult path.

As IJOTADS Journal, we thank you in advance for your presence and support and we wish you health, peace, success and a happy working life.

Regards.

On behalf of the IJOTADS Editorial Board

Aydın ÜNAL, Dr.

EDİTÖRDEN

Bilim dünyasının ve Turizm Akademisinin değerli insanları;

International Journal Of Tourism And Destination Studies (IJOTADS) 2022 yılında yayın hayatına başlamış uluslararası, hakemli, açık erişim ve ücretsiz bir e-dergidir. Uluslararası diğer indeksler ve kısa sürede TR DİZİN indekse girme gayreti ile yola çıkan dergimiz uzun vadede ise uluslararası alan indekslerinde yer almak için gerekli özen, titizlik ve etik ilkelere riayet ederek yolculuğuna devam etmektedir. Turizm alanında ulusal ve uluslararası düzeyde bilinirliği, birikimi ve güvenilirliği olan akademisyenlerin çeşitli kurullarında aktif olarak yer aldığı dergimiz aynı zamanda turizm ile ilgili akademik yazı, görüş, çalışma ve düşünce ile meşgul olan herkesin söz söyleyebileceği sosyal bir bilim platformudur. Kuruluş fikri ortaya çıktığından bu güne dergimiz ailesine katılan, bizleri destekleyen, bilimsel birikimleri, deneyimleri, çalışmaları ve araştırmaları ile yol gösteren, ışık tutan, destek olan ve süreçlere dâhil olan başta dergi yönetim kurulundaki değerli hocalarımıza, ayrıca gerek yurt içinden gerekse yurtdışından bizleri kırmayarak, danışma, yayın ve hakem kurulunda yer alan ve uzmanlık alanları ile bizlere katkı sağlayan kıymetli hocalarımıza teşekkürü bir borç biliriz. Turizm akademik birikimine bir nebze katkı sunmak üzere çıkmış olduğumuz bu yolculukta, IJOTADS ailesi olarak yayın noktasında olduğu kadar hakemlik, editörlük, vb. görevlerde de sizlerin desteklerinizi bekleriz ve sorumluluk paylaşmaya davet ederiz. Varlığınız ve destekleriniz bizleri bu zorlu yolda cesaretlendirecektir, motive edecektir ve bizlere güç katacaktır.

IJOTADS Dergisi olarak şimdiden varlığınız ve destekleriniz için teşekkür ederiz; sağlık, huzur, başarı ve gönlünüzce bir çalışma hayatı dileriz.

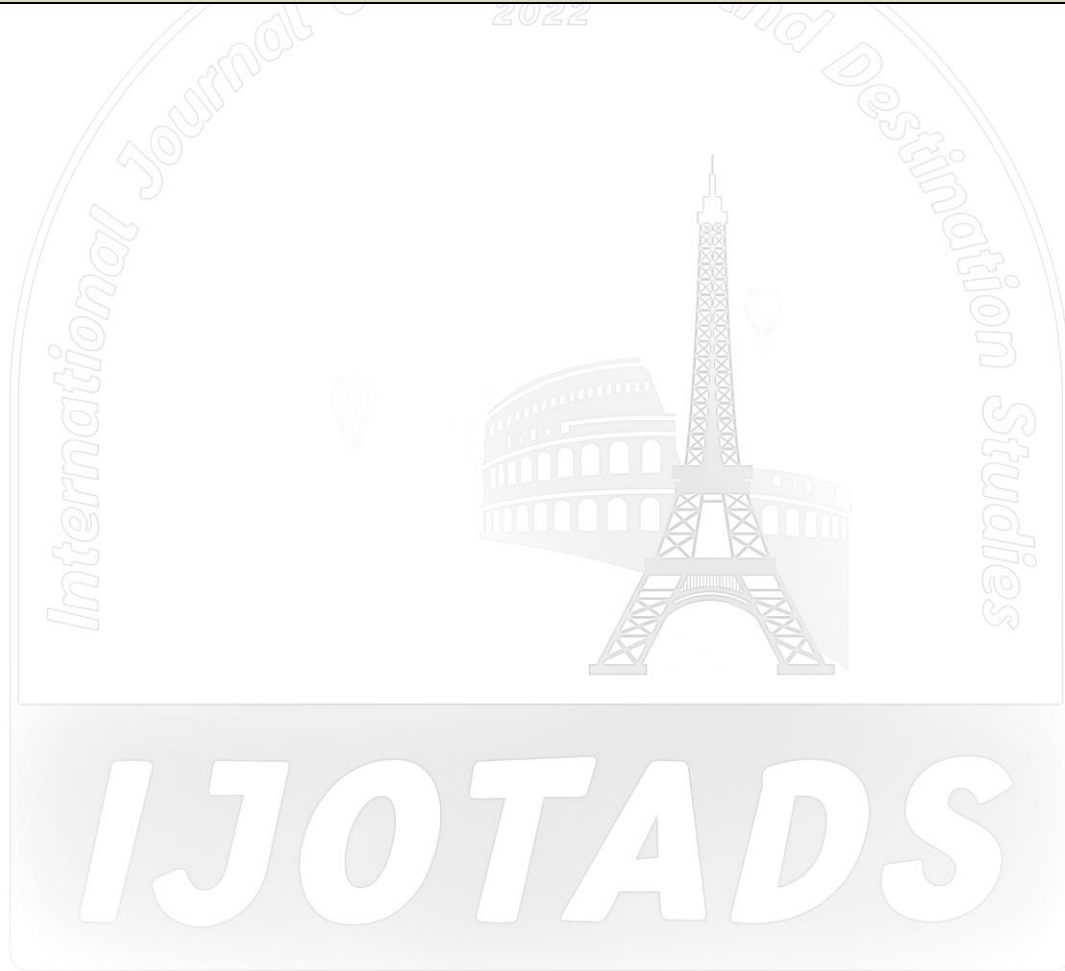
Saygılarımızla.

IJOTADS Editör Kurulu Adına

Aydın ÜNAL, Dr.

CONTENTS / İÇİNDEKİLER

Author/s Yazar/lar	Article Title Makale Başlığı	Page Sayfa
Kadir DURSUN Ümit SORMAZ Yeliz PEKERŞEN	<i>Geriatri Turizmine Kavramsal Bir Bakış</i>	1-11
Ayşen ACUN KÖKSALANLAR Fusun ESENKAL ÇÖZELİ	<i>İzmit Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Uzaktan Eğitime Yönelik Algularının Metaforlar Aracılığıyla Belirlenmesi</i>	12-24
İsmail BİLGİÇLİ	<i>Yerli Turistlerin Güvenlik Algularının İncelenmesi: Taraklı Örneği</i>	25-39
Neşe KAFA Halil KORKMAZ Esra DEMİRCİOĞLU	<i>Güvenli Turizm Sertifikası'nın Yerli Turistlerin Risk Algularına ve Seyahat Davranışlarına Etkisi</i>	40-57
Rana ŞAT	<i>Ankara Bölgesindeki Coğrafi İşaretli Yemeklerin Sürdürülebilir Turizme Katkısı</i>	58-70



Article ID : 62697
Article Type : *Derleme Makale*
Corresponding Author : *Kadir DURSUN*
Year : 2022
Volume : 1
Issue : 1
Page : 1-11
Arrival Date : 29.05.2022
Revision Date : 08.06.2022
Acceptance Date : 06.07.2022
Published Date : 30.09.2022
How to Cite This Article : *Dursun, K., Sormaz, Ü. & Pekerşen, Y. (2022). Geriatri Turizmine Kavramsal Bir Bakış. International Journal Of Tourism And Destination Studies (IJOTADS), 1(1), 1-11.*
IJOTADS is Licensed Under A Creative Commons Attribution- Non-Commercial 4.0 International License.

GERİATRİ TURİZMİNE KAVRAMSAL BİR BAKIŞ A CONCEPTUAL OVERVIEW OF GERIATRIC TOURISM

Kadir DURSUN

Yüksek Lisans Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
kadirdursun1999@gmail.com, Konya/Türkiye. ORCID ID: 0000-0001-5145-8140

Ümit SORMAZ

Doçent Doktor, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, usormaz@erbakan.edu.tr,
Konya/Türkiye. ORCID ID: 0000-0001-7514-1500

Yeliz PEKERŞEN

Doçent Doktor, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, yeliz.ulusan@gmail.com,
Konya/Türkiye. ORCID ID: 0000-0003-4769-7717

ÖZET

Dünya nüfus oranının artması ve ileri yaştaki insanların yaşam sürelerinin uzaması ile birlikte alternatif turizm çeşitlerinden birisi olan sağlık turizmine yönelik talepler giderek artış göstermiştir. Sağlık turizmi kapsamında ele alınan geriatri turizmi ise yaşlı bireylerin sağlığının korunması adına yapılan seyahatlerdir. Sağlık hizmeti veren oteller, yaşlı bakım evleri, dinlenme alanları ve tatil köyleri gibi konaklama hizmeti veren işletmeler geriatri turizmi için birer hizmet alanıdır. Bu gibi destinasyonlarda geriatri turistleri için; uygun geriatrik bakım ve rehabilitasyon hizmetleri veya gezi turları gerçekleştirilmektedir. Bu çalışmada, yeni bir alternatif turizm türü olarak geriatri turizmi kavramı incelenmiş olup kavramla ilgili mevcut durumun ortaya konulması amaçlanmıştır. Türkiye ve Dünya'daki uygulama örneklerinden bahsedilmiştir. Çalışmanın sonucunda, geriatri turizminin Türkiye'de yeni yeni gelişmekte olan bir alternatif turizm etkinliği olduğu, diğer ülkelerde ise gerçekleştirilen uygulamalar ile daha fazla talep gördüğü ortaya koyulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon Pazarlaması, Geriatri Turizmi, Sağlık Turizmi.

ABSTRACT

With the increase in the world population and the prolongation of the life expectancy of elderly people, the demands for health tourism, which is one of the alternative tourism types, have gradually increased. Geriatric tourism, which is considered within the scope of health tourism, is travels made in order to protect the health of elderly individuals. Businesses providing accommodation services such as health care hotels, nursing homes for the elderly, recreational areas and holiday resorts are service areas for geriatric tourism. For geriatric tourists in such destinations, appropriate geriatric care and rehabilitation services or sightseeing tours are carried out. In this study, the concept of geriatric tourism as a new alternative tourism type was examined, and it was aimed to reveal the current situation regarding the concept. Application examples in Turkey and in the world are mentioned. As a result of the study, it has been revealed that geriatric tourism is a newly developing alternative tourism activity in Turkey, and it is more demanded with the

applications carried out in other countries.

Keywords: Destination Marketing, Geriatrics Tourism, Health Tourism.

1. GİRİŞ

Dünya’da alternatif turizmin öneminin giderek artış göstereceği, sağlık, inanç, spor, kongre, mağara ve gastronomi turizmi gibi çok çeşitli alanlarda hızlı bir değişim yaşanacağı ifade edilmektedir (Çelik, 2018: 194). Alternatif turizm çeşitlerinden birisi olan sağlık turizmi, ülkeler açısından özellikle son yıllarda büyük önem arz etmeye başlamıştır (Tengilimoğlu, 2013: 7). Birçok değişkene bağlı olan sağlık turizmi, diğer turizm türlerine göre daha değişik dinamiklerle yürütülmektedir (Tontuş, 2018: 67). Sağlık turizmi açısından, üçüncü yaş grubunda yer alan bireylerin bakımları ve tedavileri ile ilgili kurulan tesisler ve bu tesislere yapılan seyahatler artmakta olup bu durum yeni bir turizm türü olan geriatri turizminin oluşmasına etken olmuştur (Özcan & Aydın, 2015: 85). Özellikle sosyal turizmden yoksun bölgelerde alternatif bir turizm destinasyonu olarak ortaya çıkan geriatri turizmi; *“yaşlı bireylerin sağlığının korunması, gelişebilecek hastalıkların önlenmesi, tanı ve tedavilere yönelik yapılan seyahatler”* olup, bu turizm çeşidinde, destinasyon çekicilikleri açısından hazır kent modellerine ihtiyaç duyulmaktadır (Öksüz & Altıntaş, 2017: 62; Yıldız, 2019: 101; İyem & İslamoğlu, 2021: 103). Çalışma genelinde geriatri turizminin özellikle ileri yaştaki insanların sağlığı için önemli bir faaliyet olduğu açıkça görülmektedir. Bu çalışmada, Dünya’da ilerlemekte, Türkiye’de ise yeni yeni gelişmekte olan geriatri turizminin kapsamına değinmek, hem Türkiye’de hem de Dünya’da var olan destinasyon örneklerini vererek geriatri turizminin önemini vurgulamak amaçlanmıştır.

1.1. Kavramsal Çerçeve

1.1.1. Geriatri Kavramı

Yunanca yaşlılık anlamına gelen “geras” ve hizmet anlamına gelen “iatros” kelimelerinin birleşmesiyle geriatri kelimesi türemiştir. Yaşlı tıbbi anlamına gelen bu kelime, yaşlı bireylerin bakımı ve onların sağlık sorunlarını ele alan bir tıp dalıdır (Kaptan, 2013: 2). Geriatrik bir hasta; psikolojik, sosyo-ekonomik ve toplum sağlığı açısından farklı bir yaş grubu olmakla birlikte (Savaş & Akççek, 2010: 19), özellikle son yıllarda geriatrik hasta sayısında hızlı bir artış yaşanmıştır (Şahin & Cankurtaran, 2010: 31). Yaşlanma; bir kişinin zamanla fiziksel ve ruhsal yönden değişime uğramasıdır (Karakuş, 2018: 20). Önlenmesi olası olmayan yaşlanma; sosyal, psikolojik ve biyolojik boyutları olan bir süreçtir (Kaptan, 2013: 1). Yaşlanma sürecini primer ve sekonder olarak iki kategoride incelemek mümkündür. Primer yaşlanma, yaşlanma sürecindeki yapı ve fonksiyonlardaki bozulmalar olup, sekonder yaşlanma ise hem hastalık hem de çevresel faktörlerin etkisiyle ortaya çıkan yaşlanmadır (Cankurtaran, 2005: 1). Teknolojide meydana gelişmeler ile birlikte özellikle kitle iletişim araçlarında yaşanan hızlı ve büyük ilerlemeler neticesinde insanların bilgiye erişimi kolaylaşmış, gelişmiş ülkelerde yaşayan insanların refah seviyesi artmış ve bunların sonucu olarak da insan ömrünün süresi uzamıştır (Ateş & Sunar, 2020: 79). Yaşlı nüfus oranının artması ile beraber kronik sorunların sayısında da artış meydana gelmiştir (Hacıoğlu & Şahin, 2011: 33). Yaşlanmada görülen en yaygın fizyolojik sorunlar, solunum sistemi, sindirim sistemi ve kas-iskelet sisteminde görülmektedir. Aynı zamanda görme ve işitme duyusunda bozukluklar, dental ve dermal problemler de yaşlılıkta sıklıkla karşılaşılan sorunlardandır. Bireylerde KOAH, osteoporoz, cilt kanseri, alzheimer, parkinson gibi rahatsızlıklar sık görülmektedir (Kaptan, 2013: 21). Bundan dolayı da bu gibi hastalıklara sahip yaşlılara sunulacak sağlık ve bakım hizmetleri çok önemli olmaktadır. Ayrıca sunulması düşünülen bu sağlık ve bakım hizmetlerinde, toplumun katılımı tam olarak sağlanarak, hem yaşlı bireyler hem de aileleri için ulaşılabilir, uygulanabilir ve karşılanabilir bir maliyete sahip faaliyetler oluşturulmalıdır (Gürer ve ark., 2019: 3). Yaşlılıkta sağlık ve bakım hizmetlerine örnek olarak; hastaneler, yaşlı bakım evleri veya özel geriatrik bakım hizmetleri (geriatri gündüz hastanesi, geriatri üniteleri, yaşlı kreşleri ve güçsüzler yurdu vb.) gösterilebilir (Orhun & Orhun, 2020: 274). Türkiye’de geriatri uzmanlarının ve hastanelerde geriatri polikliniklerinin sayısı beklenen düzeyde değildir. Ancak Sağlık Bakanlığı’nın geriatri sayısını arttırması ve geriatrik bakım hizmetlerini yaygınlaştırması ile birlikte özellikle en yaşlı grup olarak

tanımlanan 85 ve üzeri yaş grubunun yaşam kalitesine önemli katkı sağlanacaktır (Karakuş, 2018: 120).

1.1.2. Geriatri Turizmi

Geriatri turizminin tanımını yapmadan önce, bu turizmin genelini kapsayan sağlık turizmine bakılacak olursa; sağlık turizmi, bir destinasyonun düzenli turistik olanaklarla birlikte sağlık hizmetlerini ve tesislerini tanıtarak turistleri çekmek adına kasıtlı bir girişim olarak tanımlanmaktadır. Bu sağlık hizmetlerinin içerisinde, otel veya tatil köyü gibi yerlerde kalifiye doktor veya hemşireler tarafından yapılan tıbbi muayeneler, özel diyetler, akupunktur, vitamin kompleksi alımları gibi çeşitli hastalıklara yönelik özel tıbbi tedaviler ve bitkisel ilaçlar yer alabilmektedir (Goodrich, 1993: 37). Dünya nüfusunun ve sağlık masraflarının artmasından dolayı da tedavilerin daha ekonomik ve kaliteli yapılmasını sağlayan ülkeler ortaya çıkmış olup bu durum sağlık turizmi sektörünü canlandırmıştır (Patuelli & Nijkamp, 2016: 857). Son yıllarda ise özellikle üçüncü yaş grubunda yer alan bireylerin bakımları ve tedavileri ile ilgili kurulan tesisler ve bu tesislere yapılan seyahatler, geriatri turizminin yeni bir sağlık turizmi türü olarak ortaya çıkmasına neden olmuştur (Özcan & Aydın, 2015: 85). Geriatri turizmi, *“yaşlı bireylerin sağlığının korunması, gelişebilecek hastalıkların önlenmesi, tanı ve tedavilere yönelik yapılan seyahatlerdir”* (Öksüz & Altıntaş, 2017: 62). Sağlık hizmeti veren oteller, yaşlı bakım evleri, dinlenme alanları ve tatil köyleri gibi yerler geriatri turizmi için birer hizmet alanıdır (Acar & Turan, 2016: 20).

Geriatri turizmi kavramı, üçüncü yaş turizmi kavramı ile benzerlik gösterebilmektedir. Ancak geriatri turizmi, sadece sağlığı koruma odaklı bir yaklaşıma sahip olduğu için üçüncü yaş turizminden bu yönüyle ayrılmaktadır (Gençay, 2007: 177). Üçüncü yaş turizmindeki turistler; dinlenme ve rahatlama, sosyal etkileşim, yenilik arayışı, kaçış veya fiziksel egzersiz gibi itme motivasyonlarına sahiptirler (Sert, 2019: 200). Özellikle 55 yaş ve üstü aralığında yer alan bireyler hem boş zamanlarını değerlendirmek hem de emeklilik dönemlerinde farklı tatil deneyimleri yaşamak için üçüncü yaş turizmini talep etmektedirler (Cengiz, 2012: 56). Buradan da anlaşılacağı üzere, geriatri turizmi ile üçüncü yaş turizminin hitap ettiği kesim birbiriyle benzerlik göstermektedir. Ancak geriatri turizmi sağlık uygulamaları odaklı olduğundan dolayı üçüncü yaş turizminden ayrılmaktadır (Orhun & Orhun, 2020: 275). Geriatri turizmi, sağlık turizmi içerisinde farklı bir alan olarak ele alınmalıdır. Çünkü sağlık turizminde amaç, sadece tedavi ve rehabilitasyon hizmeti almak için yapılan seyahatler olup, geriatri turizminde ise sadece tedavi amacıyla olmayıp aynı zamanda turistik faaliyetlere de katılım olmaktadır. Dolayısıyla geriatrik turistleri yalnızca sağlık turisti veya medikal turist olarak ele almak doğru olmayacaktır (Tsartsara, 2018: 798). Geriatrik turistler, tıbbi tedavinin sunulmasının yanı sıra, özel geriatrik bakım imkanlarının da bulunduğu otelleri tercih etmektedirler. Bu gibi yerlerde geriatrik bakım hizmetlerini sağlayabilmek için turizm işletmelerinin uzman personel sayısını artırması gerekmektedir (Nikitina & Vorontsova, 2015: 846).

Turizm motivasyonları; turistin karar verme süreci, pazar bölümlendirmesi ve destinasyon seçimi ile ilgilidir. Turizm motivasyonu içerisinde itme ve çekme faktörleri en yaygın kabul gören teoriler olup itici faktörler, bir kişiyi seyahat etmeye yatkın hale getiren sosyo-psikolojik ihtiyaçlar olarak kabul edilir. Çekici faktörler ise, itme motivasyonu başladıktan sonra kişiyi belirli bir hedefe yönelten faktörlerdir. Yani itici faktörler, kişinin içinde olup seyahat etme arzusunu oluştururken, çekici faktörler ise bireyin dışında olup destinasyon çekicilikleri nedeniyle uyandırılır (Jang ve ark., 2009: 55). Üçüncü yaş grubunun turizm motivasyonlarını etkileyen itme ve çekme faktörlerine bakıldığında en yaygın itme motivasyonları; kaçış, dinlenme ve rahatlama, yenilik arayışı, fiziksel egzersiz, sağlık ve akraba veya arkadaş ziyaretleridir. Çekme motivasyonları ise; tıbbi olanaklar, iklim, maliyet, hijyen ve temizlik, tarihi, kültürel ve doğal çekiciliklerdir (Sert, 2019: 200). Bu yaş grubu daha çok tatil köyleri, klinik oteller ve bakım evlerini tercih etmektedir. Bu gibi yerlerde üçüncü yaş grubuna uygun olarak geriatrik bakım hizmetleri, rehabilitasyon hizmetleri veya gezi turları düzenlenmektedir (Kozak ve ark., 2019: 101).

Üçüncü yaş grubunu motivasyon dışında kısıtlarda etkilemektedir. Kısıtlar, insanların seyahat

etmesini engelleyen ya da sınırlandıran harici engellerdir (Hsu & Kang, 2009: 705). Sert (2019: 203), bu kısıtları; içsel kısıtlar (sağlık durumu, güvenlik endişesi, kültür şoku ve dahil olabilmeye/katılım sağlayabilme becerileri), kişilerarası kısıtlar (seyahatte eşlik edecek arkadaşın/eşin olmaması veya eşlerin tercihlerinin uyuşmaması) ve yapısal kısıtlar (zaman azlığı, çalışma takvimi, aile yükümlülükleri, düşük kaliteli hizmet, bilgi eksikliği ve destinasyon özellikleri) olarak bölümlere ayırmıştır. Geriatrik turist potansiyelini zorlaştıran temel sorun bu kısıtlardır. Bu durumu azaltmak veya ortadan kaldırmak için, geriatrik turistlerin seyahatlerinde, rekreasyon faaliyetlerine katılabilmesi ve konforlu bir şekilde konaklayabilmesi için farklı düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Yaşlılarda bilinen en yaygın kısıtlar; merdiven çıkma, ağır eşya taşıma veya iş görmedir. Dolayısıyla geriatrik bireyler için fiziksel gereksinimlerine uygun mekân düzenlemelerin yapılması gerekmektedir (Kaptan, 2013: 28). Bu bağlamda turizm işletmelerinde yaşlı bireylere uygun düzenlemelerin yapılması geriatrik turistleri çekmek için büyük bir potansiyel yaratacaktır (Orhun & Orhun, 2020: 277). Turizm işletmelerinde, geriatrik turistler için banyo ve tuvaletler adına yapılan düzenlemeler çok önemli olup, şu hususlara dikkat edilmesi gerekir (Kaptan, 2013: 30);

- Banyo/tuvalet ile yatak odası birbirine yakın planlanmalı, yatak ile tuvalet arasındaki alanda sirkülasyonu engelleyecek bir nesne bulunmamalıdır.
- Gece saatlerinde ayağa kalkacak yaşlıların düşme ve yaralanma olayının yaşanmaması adına kullanılmayan nesnelere ortadan kaldırılmalıdır.
- Banyoda yer alan küvetlerin yaşlılara uygun yükseklikte olması gerekmektedir.
- Sıcak ve soğuk su musluk düğmelerinin hem büyük hem de renklerinin belirgin olması gerekmektedir.
- Geriatrik bireylerin kas gücüne uygun tutamaklar banyo/tuvalete yerleştirilmelidir.

Geriatrik bireylerin sahip olduğu bazı hastalıklardan dolayı, beslenmelerinde birtakım farklılıklar oluşmaktadır. Dolayısıyla turizm işletmelerinin, geriatrik bireylerin beslenmelerine uygun besin seçenekleri bulabilecekleri bir menü düzenlemesi yapmaları gerekmektedir. Bu kriterlere uygun düzenlemelerin yapılması geriatrik turistler için çekici bir unsur yaratacaktır (Orhun & Orhun, 2020: 278).

1.1.3. Geriatri Turistlerin Seyahat Etme Motivasyonları

Türkiye Sağlık Turizm Derneği (2009), sağlık turizminin temel sebeplerini ele alıp değerlendirmiştir. Bu sebepler kişileri sağlık turizmine yönlendiren sebepler olup, geriatrik turistler için de benzerlik göstermektedir. Bunlar:

- Tedavi ile birlikte tatil yapma isteği,
- Çok daha kaliteli sağlık hizmeti almak istenmesi,
- Kişinin kendi ülkesinde tatil adına çok kısıtlı imkanların bulunması,
- Kronik hastaların veya yaşlıların başka ortamlarda tedavi olma isteklerinin oluşması,
- Kişilerin hayata tutunma ve yaşama isteğidir.

1.1.4. Geriatri Turistlerinin Seyahat Davranışları

İleri yaştaki turistlerin seyahat davranışları farklılık gösterse de, genel ve benzer durumların da olduğu bilinmektedir. Bunlar şöyle sıralanmaktadır (Alén ve ark., 2012: 155-157):

- Yaşlı turistlerin seyahat ederken kullandıkları konaklama türü; seyahat nedeni, gelir ve şirket gibi faktörlerle bağlantılı olup değişiklik gösterebilmektedir. Ancak yaşlı turistler için konaklama türü seçiminde geniş seçim yelpazesi sergilenmektedir.
- Seyahatlerini önceden planlama ve hazırlığını yapma hususu, yaşlı turistlerin davranışlarında farklılık göstermektedir. Örneğin, daha uzun süre ve daha uzak mesafede tatil yapacak yaşlı turistler

planlarını çok daha önceden yaptıkları, ailesi veya arkadaşıyla kısa süreli tatil yapacak yaşlı turistlerin ise daha sonra ve az plan yaptıkları bilinmektedir.

- Yaşlı turistlerin gezi sürelerine bakıldığında, genellikle diğer yaştaki insanlara kıyasla seyahat ettikleri yerlerde daha uzun süre kaldıkları ve bu durumun da gezi sürelerinin uzamasına neden olduğu bilinmektedir.
- Seyahatlerde, yaşlı turistlerin en çok tercih ettiği ulaşım aracının özel araba olduğu ama aynı zamanda otobüsün de sıklıkla kullanıldığı belirtilmektedir. Hatta otobüs ulaşım aracını en sık kullanan yaşlı grubunun, yaşlı çiftler olduğu açıklanmaktadır.
- Tur paketleri yaşlı turistler için çok tercih edilen bir seçenek olup; kolaylık, güvenlik ve seyahat arkadaşlarına sahip olma gibi nedenlerden dolayı tercih edilmektedir.

1.1.5. Türkiye’de ve Dünya’da Geriatri Turizmi Uygulamaları

Dünyada hızla artan ekonomik, siyasal ve teknolojik gelişmelerle turizm tüketim kalıplarında özellikle son yıllarda önemli değişimler yaşanmaktadır (Öztürk & Bayat, 2011: 135). İnsanların değişen ihtiyaç ve istekleri, seyahat imkânlarının iyileşmesi ve farklılaştırılmış turizm ürünü sunan yerlerin kaliteli oluşu, dünyada turizm türlerinden biri olan sağlık turizminin artışında yönlendirici olmuştur (Özkan, 2019: 50). Türkiye’de sağlık turizmi genellikle medikal turizm olarak adlandırılmaktadır. Bu turizm, sağlık tesislerinden tedavi amacıyla yararlanma üzerine odaklanmış durumdadır. Ancak dünyada bu durum farklı olup, özellikle termal sağlık turizminin ve geriatrik bakım odaklı turizmin ülkemize kıyasla çok daha güçlü olduğu görülmektedir (Orhun & Orhun, 2020: 278). İşin yasal boyutuna bakıldığında, Resmî Gazetede 02 Kasım 2011 tarihli, 663 sayılı yasa gereği düzenlenen “Sağlık Bakanlığı ve Bağlı Kuruluşların Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname” yayınlanmıştır. Yayınlanan bu kararnamenin 8. maddesinde, Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğünün görevleri arasında, ilgili kurumlarla koordinasyon sağlayarak sağlık turizmi uygulamalarının geliştirilmesine yönelik düzenlemeler yapmak ibaresi yer almaktadır (Resmî Gazete, 2011). Bu kararname doğrultusunda sağlık turizmi hizmetlerinin geliştirilmesi adına medikal turizm, spa-wellness turizmi, termal turizm, geriatri ve engelli turizmi bölümlerini içeren “Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı” kurulmuştur. Bu başkanlığın görevlerine dair yönetmelik kapsamında; geriatrik tedavi merkezleri, klinik konukevleri ile turist sağlığı ile ilgili hizmet veren konaklama tesisleri “sağlıkla ilgili diğer kuruluşlar” olarak değerlendirilmiş ve bakanlığın kontrolü altına alınmıştır (Orhun & Orhun, 2020: 279). “Sağlık Turizminin Geliştirilmesi Programı” ile sağlık turizmi ve alt boyutları olan medikal turizm ile geriatrik turizm hizmetleri aracılığıyla turizmde rekabet gücünün artırılması planlanmıştır. Programa göre, ileri yaş turizmi geliştirilecek, geriatri turizminde ilgili devlet kuruluşları, medya ve üniversiteler ile koordinasyon sağlanacak, geriatrik bakıma ilişkin mevzuat düzenlenecek ve sağlık turizminin geliştirilmesi adına yurt dışında tanıtım yapılacaktır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2014: 86). Dünyaya bakıldığında, farklı ülkelerde sağlık turizmi ve geriatri turizmini geliştirmeye yönelik kuruluşlar ortaya çıkmış ve devlet tarafından teşvik programları düzenlenmiştir. Bu açıdan da uluslararası turizm pazarında, özellikle sağlık turizmine ve geriatri turizmine doğru bir eğilim olduğu görülmektedir (Orhun & Orhun, 2020: 284).

1.1.6. Geriatri Turizmi Kapsamında Değerlendirilen Uygulamalar

Geriatri turizmi adına birçok faaliyet olmakla birlikte, bu çalışmada; “yaşlı dostu şehir (yds)”, “yaşlı ve sosyal hizmetler enstitüsü (imserso)” ve “en güzel yaşında daha çok seyahat et” uygulamaları incelenecektir.

1.1.6.1. Yaşlı Dostu Şehir (YDS)

Dünya nüfusunun giderek yaşlanmasından dolayı, yaşlıların yaşadıkları mekânlarda, onların yaşamlarını daha da kolaylaştıracak ve hizmetlere erişim sağlayacak uygulamaların önemi giderek artmaktadır. Bu konuda Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından “yaşlı dostu şehir” kavramı geliştirilmiştir. Yaşlı dostu şehir, hareketli yaşlanmayı destekleyen erişilebilir kentsel çevreyi ifade

etmekle birlikte, temel hedefi yaşlı insanlara biyopsikososyal açıdan uyum sağlayabilecekleri bir ortam (mekân) oluşturmaktır (Baran, 2019: 16; Yıldız, 2021: 62).

Dünyada; New York/Amerika Birleşik Devletleri, Melville/Avustralya ve Akita City/Japonya yaşlı dostu şehir unvanını alan bazı ülkeler olup, Türkiye de ise; İstanbul, Antalya ve Mersin bu unvana sahip şehirlerdir. Yaşlı dostu şehir kavramı bu destinasyonlar için hazır bir kent modeli sağlamaktadır (Kozak ve ark., 2019: 102; Orhun & Orhun, 2020: 281).

1.1.6.2. Yaşlı ve Sosyal Hizmetler Enstitüsü (IMSERSO)

Yaşlı turizm anlayışında öncü olan İspanya, Yaşlı ve Sosyal Hizmetler Enstitüsü programı ile diğer ülkeler için bir model olarak hizmet etmiştir. Düşük sezonda turizm sektöründe istihdam yaratılmasına veya sürdürülmesine katkıda bulunurken, yaşlıların seyahat ve turizm faaliyetlerine katılımlarını arttırarak yaşam kalitelerini iyileştirme eğilimindedir (Alén ve ark., 2012: 147).

1.1.6.3. En Güzel Yaşında Daha Çok Seyahat Et

Brezilya'nın 2007 yılında başlatmış olduğu bu projede, 60 yaş üstü emekli bireylerin sosyal hayata aktif katılımını sağlamayı amaçlamaktadır. Bu proje ile hem Brezilya'daki turizm sektörü desteklenmiş olup hem de ileri yaş grubunun turizm faaliyetlerinden faydalanması sağlanmıştır. Proje kapsamında, destinasyon sayısı çeşitlendirilmiş, tur paketlerindeki sezon sınırlaması kaldırılmış ve fiyatlar daha uygun hale getirilmiştir. Bunun yanı sıra, ileri yaş grubu için turizm etkinliklerine ekstra tur ve ücretsiz giriş gibi olanaklar sağlanmıştır (Orhun & Orhun, 2020: 283).

1.1.7. Geriatri Turizmi ile İlgili Gerekli Altyapı İçin Yapılması Gerekenler

Geriatri turizmi adına altyapı için özellikle Türkiye'de bazı yapılması gereken uygulamalar vardır. Yaşlılar için; özel donanımlı tesisler, klinik konaklama veya medikal destek merkezleri gibi kurumlar olup, bu yerlerde; iletişim becerisi yüksek, yabancı dil bilgisi ve yaşlı psikolojisi bilgisi olan personellerin varlığı gerekmektedir. Aynı zamanda bu kurumlar, uluslararası mevzuata uygunluğunu sağlamış olup, finansman altyapı konusunda da çalışmalar yapmalıdırlar (Bozkurt & Meriç, 2018: 780).

1.1.8. Geriatri Turizmi Kapsamında Türkiye'de Yer Alan Destinasyonlar

1.1.8.1. Muğla İli Geriatri Turizm Tesisi

Muğla ilinin Fethiye veya Dalyan ilçelerine planlaması düşünülen geriatri turizm tesisi, 4044 kişilik bir kapasiteye sahip olup 128 personel çalışacaktır. Yapılan bu yatırım için seçilen hedef ülkeler; İngiltere, Rusya, Almanya, Azerbaycan, Türkmenistan ve iç pazardır. Bu tesiste olması düşünülen muhtemel alanlar;

- **Konaklama Alanları:** Apartlar ve odalar.
- **Rehabilitasyon Odaları:** Fizik tedavi, nöroterapi, psikoterapi ve kardiyak rehabilitasyon.
- **Klinik:** Temel düzeyde laboratuvar ve görüntüleme hizmetlerinin verildiği, küçük müdahalelerin yapılabildiği 1. basamak bir sağlık tesisi.
- **Havuzlar:** Termal havuzlar ve yüzme termal havuzlar.
- **Sosyal Alanlar:** Dinlenme odaları, televizyon odaları vb., oyun odaları, spor odaları, açık hava aktivite alanları, kafe ve restorandır (Muğla İli Geriatri Turizm Tesisi Yatırımı Ön Fizibilite Raporu, 2020: 5).

1.1.8.2. Grado Yaşlı Bakım Merkezi

Mersin Kargıpınar'da bulunan yaşlı bakım merkezi; yaşlı, engelli ve kronik hastalığı olanlar için uygun bir ortam sunarak onlara uzun süreli bir yaşam kurmayı hedeflemektedir. Havaalanına yaklaşık 45 dakikalık bir mesafede bulunan bu merkez, Toros dağlarının eteğinde, portakal ve limon bahçelerinin içinde yer almaktadır. 1200 yatak kapasitesine sahip olan bu merkezde; rehabilitasyon üniteleri, Türk hamamı, fitness salonu, masaj odası ve yürüyüş alanları

bulunmaktadır. 2 doktor, 1 psikolog, 4 hemşire, 10 sosyal hizmet uzmanı, 6 yaşlı ve engelli bakım uzmanı ve 25 diğer personelin çalıştığı Grado Yaşlı Bakım Merkezi tesisinin işleyişi, tesise gelen misafirlerin tüm uçuş ve transfer işlemleri sağlık ve danışman ekipler tarafından sağlanmakta olup, aylık ve periyodik kontroller ile sağlık takip ve tedavileri yapılmakta, programlı geziler ve tanıtım programları ile misafirler gezdirilmekte ve daha geniş aktiviteler sunulmaktadır (Grado Sağlık, 2016).

1.1.8.3. HerDem Sağlıklı Yaşam Merkezi

İstanbul'da yer alan HerDem sağlıklı yaşam merkezi içerisinde bulunan konutlar, satılık veya devre mülk şeklinde uzun süreliğine kiraya verilmektedir. Yalnızca 55 yaş ve üzeri kişilerin faydalandığı bu merkezde yer alan konutlar, Türkiye'de bulunan 7 coğrafi bölgenin ev tasarımları dikkate alınıp oluşturulmuştur. Bu merkezde, 55 yaş ve üzeri bireylerin ihtiyaç duyduğu fizik tedavi ve rehabilitasyon gibi tıbbi imkanlar anlaşmalı bir hastane ile yürütülmektedir. Merkezde bulunan hobi bahçeleri ve sosyal alanlar sayesinde, 55 yaş ve üzeri insanlar yüksek yaşam standartlarına sahip olmaktadır (Yapı Mimarlık Tasarım Kültür Sanat Dergisi, 2022).

1.1.9. Geriatri Turizmi Kapsamında Dünya'da Yer Alan Destinasyonlar

1.1.9.1. Puerta a La Vida

Kosta Rika'da yer alan Puerta a La Vida adlı sağlıklı yaşam köyü Orta Pasifik kıyısında, Miramara'ya çok yakın bir konumda bulunan 65 dönümlük bir tesis olarak planlanmıştır. Aktif bir yaşam tarzı sağlamak adına merkezde birtakım etkinlikler vardır. Tesis, bir turizm işletmesi mantığında olmayıp, satılık veya devre mülk şeklinde hizmet vermektedir. Merkezde yaşayan kişiler bazı faaliyetleri kendileri gerçekleştirmemekte olup (çamaşırhane, temizlik ve alışveriş gibi faaliyetler) bu faaliyetleri merkezin kendisi yürütmektedir (www.puertavida.com).

1.1.9.2. Tampereen Pekka

Finlandiya'da yer alan Tampere şehri, yaşlılara yeni bir bakış açısı kazandırmak için bir program başlatmış olup, yaşlılar için iyi bir yaşam adına gerekli olan hizmetleri ve çevreyi sağlamayı amaçlamaktadır. Tampereen Pekka adlı proje ile özellikle hafıza problemlerine sahip yaşlı insanların beraber vakit geçirebileceği bir ev tasarlanmış olup burada çeşitli hizmet sunumları gerçekleştirilmektedir (Caner ve ark., 2013: 27).

2. SONUÇLAR, TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Alternatif turizm çeşitlerinden birisi olan sağlık turizmi, dünya nüfusunun artması ve üçüncü yaş grubundaki insanların yaşam sürelerinin uzaması ile özellikle son yıllarda popüler hale gelmeye başlamıştır. Sağlık turizmi çeşitlerinden birisi olan geriatri turizmi ise sağlığı koruma odaklı bir yaklaşımla ileri yaştaki insanların gerçekleştirdikleri bir turizm hareketidir. Bozkurt ve Meriç (2018) geriatri turizminin sadece yaşlılara hizmet verme amacını gütmeyeceğini, yaşam kalitesini artırmayı da amaçlayan bir yaklaşım sergilediğini belirtmiştir. Geriatrik turistler, özel geriatrik bakım hizmetlerinin sunulduğu yerleri çoğunlukla tercih etmektedirler. Bu durum da destinasyon seçimlerinde önemli bir etken olarak görülmektedir. Aynı zamanda turizm motivasyonları ve ortaya çıkan kısıtlar da geriatrik turistlerin destinasyon seçimlerinde önemli bir unsurdur. Sert (2019) üçüncü yaş turizmi turistlerinin seyahat kısıtları ve motivasyonları üzerine yaptığı çalışmanın sonucunda, bu turistlerin seyahat motivasyonlarında; sağlık, sosyalleşme, kendini geliştirme ve yenilik arayışı gibi faktörlerin etkisinin olduğunu belirtmiştir. En güçlü motivasyonun sosyalleşme olduğu tespit edilmiştir. Kısıtlar konusunda özellikle kişilerarası kısıtların seyahat motivasyonunu daha fazla etkilediği, algılanan seyahat kısıtlarının ise yaşa ve çalışma durumuna göre değişiklik gösterdiği tespit edilmiştir. Türkiye'de geriatri turizmi adına faaliyet gösteren tesislerde geriatri uzmanlarının olmayışı geriatri turizminin canlanmamasına neden olmaktadır. Bu gibi tesislerin daha fazla yatırım yapılması dâhilinde cazibe merkezi haline dönüşmesi sağlanabilecektir (Gürken & Çimke, 2017: 5).

Geriatri turizminde “yaşlı dostu şehir” uygulamasının yapılabilirliği destinasyon pazarlaması

açısından önemli bir hal almaktadır. Tural ve Üstün (2009) gerek Eskişehir gerekse diğer kentlerin yaşlı dostu şehirler olduklarını, ancak bazı yetersizlikleri de barındıklarını belirtmiştir. Çalışmanın sonucunda yaşlıların etkileşim sağlayabilecekleri ve aidiyet hissedebilecekleri bir kent modelinin oluşmasını öneri olarak sunmuşlardır. Çalışma geneline bakıldığında geriatri turizminin özellikle ileri yaştaki insanların sağlığı için önemli bir faaliyet olduğu açıkça görülmektedir. Bu kapsamda çalışmada geriatri turizmi için destinasyon örnekleri verilerek bu turizm hareketinin önemini vurgulanması amaçlanmıştır. Çalışmada, geriatri turizminin Türkiye’de yeni yeni gelişme gösteren bir özel ilgi turizmi türü olduğu, diğer ülkelerde ise gerçekleştirilen uygulamalar ile daha fazla talep görmesinin sağlandığı tespit edilmiştir. Türkiye bazında örnek gösterilen Muğla ili Geriatri Turizm Tesisi ve Grado Yaşlı Bakım Merkezi ile dünyada Kosta Rika’da bulunan Puerta a La Vida destinasyonlarında geriatri turizminin uygulanabilirliği gösterilmektedir. Geriatri turizmi adına, yaşlılar için özel donanımlı tesisler veya medikal destek merkezleri gibi kurumların yapılması, yaşlı psikolojisi gibi eğitime sahip personellerin istihdam edilmesi ve finansman altyapı olanağının güçlü olması geriatri turizm destinasyonlarına yönelik talepte artış gerçekleştirebilir. Bu konuda Sağlık Bakanlığı ve ilgili kuruluşlar gereken desteği sağlamalıdır. Ayrıca geriatri turizmi adına özellikle ulusal kaynaklarda yetersiz çalışmanın olduğu fark edilmiştir. Gelecekte yapılacak çalışmalar ile hem alana katkı oluşturup hem de ilgili literatürde var olan boşlukların doldurulması sağlanabilir.

Destek Bilgisi: Çalışmanın hazırlanma sürecinde herhangi bir kişiden, kurumdan veya kuruluştan aynı veya nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Makalemiz ile ilgili herhangi bir kurum, kuruluş, kişi ile mali çıkar çatışması yoktur ve yazarlar arasında da herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Yazar Katkı Oranı: Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamışlardır.

Etik Onayı: Çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) veya araştırmacı(lar) beyan etmelidirler. Aksi bir durumun tespiti halinde **International Journal Of Tourism And Destination Studies** hiçbir sorumluluğu üstlenmemektedir ve sürece ilişkin hukuki sorumluluklar ve yaptırımlar çalışmanın yazarlarına aittir.

Etik Kurul Onayı: Makale etik kurul kararı gerektiren bir çalışma değildir.

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Makale onam formu gerektiren bir çalışma değildir.

3. KAYNAKÇA

- Acar, N. & Turan, A. (2016).** Sağlık Çalışanlarının Sağlık Turizmi Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma: Ahi Evran Üniversitesi Eğitim ve Araştırma Hastanesi Çalışanları Örneği. Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 17(1), 17-36.
- Alén, E., Domínguez, T. & Losada, N. (2012).** New Opportunities for the Tourism Market: Senior Tourism and Accessible Tourism. Visions for Global Tourism Industry: Creating and Sustaining Competitive Strategies, 139-166.
- Ateş, A. & Sunar, H. (2020).** Üçüncü Yaş Turizmi. Ateş, A. & Akmeşe, A. K. (Ed). Turizmde Güncel Konular. Ankara: İksad Yayınevi.
- Baran, A. G. (2019).** Yaş Dostu Şehirler Kapsamında Yaşlılar İçin Yaşam Düzenlemeleri. Şehircilik ve Mutlu Şehir Uluslararası Akademik Bildiriler, (25-27 Ekim), Kocaeli.
- Bozkurt, Ö. & Meriç, S. (2018).** Turizmde Yeni Bir Kavram Olarak Geriatri Turizmi: Düzce İline Yönelik Değerlendirmeler. 2. Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi, 27 Eylül- 30 Eylül 2018, Van.
- Caner, C. Ö., Gözün, G., Hilwah, A. & Gökçek, M. (2013).** Yaşlı Dostu Şehirler: Kavramsal Çerçeve ve Örneklerle Değerlendirmeler. Ankara: Güneş Tıp Kitapevleri.
- Cankurtaran, M. (2005).** Yaşlılık, Yaşlanma Mekanizmaları, Antiaging ve Yaşam Tarzı

Değişiklikleri. 7. Ulusal İç Hastalıkları Kongresi, 16 Eylül- 20 Eylül 2005, Antalya.

- Cengiz, F. (2012).** Üçüncü Yaş Turistlere Yönelik Turistik Ürün Analizi: Alanya Uygulaması. Doktora Tezi. Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Çelik, S. (2018).** Alternatif Turizm. *Journal of International Social Research*, 11(56), 194-204.
- Gençay, C. (2007).** Sağlık Turizmi. Bulu, M. ve Eraslan, İ. H. (Ed). *Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü*. İstanbul: Kazancı Hukuk Yayınevi.
- Goodrich, J. N. (1993).** Socialist Cuba: A Study of Health Tourism. *Journal of Travel Research*, 32(1), 36-41.
- Grado Sağlık. (2016).** Grado Sağlık. <http://www.gradohealth.com/tr/>, E.T.: 18.03.2022.
- Gürer, A., Çırpan, F. K. & Özlen, N. A. (2019).** Yaşlı Bakım Hizmetleri. *Journal of Health Services and Education*, 3(1), 1-6.
- Gürkan, Ö. & Çimke, A. (2017).** Yozgat İlinde Alternatif Bir Turizmin Gelişimi: Yaşlı Turizmi. II. Uluslararası Bozok Sempozyumu, 4 Mayıs- 6 Mayıs 2017, Yozgat.
- Hacıoğlu, N. & Şahin, B. (2011).** Üçüncü Yaş Turizmi. Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (Ed). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Hsu, C. H. & Kang, S. K. (2009).** Chinese Urban Mature Travelers Motivation and Constraints by Decision Autonomy. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(7), 703-721.
- İyem, C. & İslamoğlu, E. (2021).** Covid-19 Öncesi ve Sonrası Geriatri Turizmi: Kuşadası Özelinde Karşılaştırmalı Bir Analiz. Yenihan, B. & İslamoğlu, E. (Ed). *Ekonomik ve Sosyal Boyutlarıyla Pandemi*. Ankara: Berikan Yayınevi.
- Jang, S., Bai, B., Hu, C. & Wu, C. M. E. (2009).** Affect, Travel Motivation, and Travel İntention: A Senior Market. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33(1), 51-73.
- Kaptan, G. (2013).** Geriatrik Bakım İlkeleri. (1. Basım). İstanbul: Nobel Tıp Kitapevleri.
- Karakuş, B. (2018).** Türkiye’de Yaşlılara Yönelik Hizmetler, Kurumsal Yaşlı Bakımı ve Kurumsal Yaşlı Bakımında İllerin Durumu. Ankara: Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Yayınları.
- Kozak, M. A., Acar, D. & Çiftçi, Z. E. (2019).** Üçüncü Yaş Turizminin Geliştirilmesinde Yaşlı Dostu Şehir (YDS) Konsepti. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(2), 99-114.
- Muğla İli Geriatri Turizm Tesisi Yatırımı Ön Fizibilite Raporu (2020).** Muğla İli Geriatri Turizm Tesisi. <https://www.yatirimadestek.gov.tr/pdf/assets/upload/fizibilite/mugla-ili-geriatri-turizm-on-fizibilite-raporu2020.pdf>, E.T.:18.03.2022.
- Nikitina, O. & Vorontsova, G. (2015).** Aging Population and Tourism: Socially Determined Model of Consumer Behavior in the “Senior Tourism” Segment. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 214, 845-851.
- Orhun, N. B. & Orhun, R. (2020).** Geriatri Turizmi. Şahin, S. & Meriç, S. (Ed). *Gelecek Turizm Trendleri*. İstanbul: Paradigma Akademi.
- Öksüz, B. & Altıntaş, V. (2017).** Sağlık Turizminde Dijital İletişim Kanallarının Kullanımı. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(1), 59-75.
- Özcan, K. Z. & Aydın, V. (2015).** Sağlık Turizmi (Teori ve Politika). (1. Basım). Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Özkan, M. E. (2019).** Sağlık Turizmi Kapsamında Türkiye’nin Medikal Turizm Potansiyeline Yönelik Bir Değerlendirme. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 50-64.
- Öztürk, M. & Bayat, M. (2011).** Uluslararası Turizm Hareketlerinde Sağlık Turizminin Rolü ve Kalite Çalışmalarının Önemi Bir Literatür Çalışması. Kahramanmaraş Sütçü İmam

Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1(2), 135-156.

- Patuelli, R. & Nijkamp, P. (2016).** Travel Motivations of Seniors: A Review and A Meta-analytical Assessment. *Tourism Economics*, 22(4), 847-862.
- Puerta A La Vida (2022).** Puerta A La Vida Hakkında. <http://www.puertavida.com/#about>, E.T: 18.03.2022.
- Resmî Gazete. (2011).** Resmî Gazete. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/11/20111102M1-3.htm>, E.T.: 18.03.2022.
- Savaş, S. & Akçiçek, F. (2010).** Kapsamlı Geriatrik Değerlendirme. *Ege Tıp Dergisi*, 49(3), 19-30.
- Sert, A. N. (2019).** Üçüncü Yaş Yerli Turistlerin Seyahat Kısıtları ve Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (42), 200-211.
- Şahin, S. & Cankurtaran, M. (2010).** Geriatrik Sendromlar. *Ege Tıp Dergisi*, 49(3), 31-38.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2014).** Onuncu Kalkınma Planı Sağlık Turizminin Geliştirilmesi Eylem Programı. https://www.sbb.gov.tr/wpcontent/uploads/2018/10/10_SaglikHizmetlerininEtkinligininArtirilmasiveMaliSurdurulebilirlik.pdf, E.T.:18.03.2022.
- Tengilimoğlu, D. (2013).** Sağlık Turizmi. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Tontuş, H. Ö. (2018).** Sağlık Turizmi Tanıtımı ve Sağlık Hizmetlerinin Pazarlanması İlkeleri Üzerine Değerlendirme. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 3(1), 67-88.
- Tural, O. & Üstün, B. (2009).** Yaşlılık ve Yaş Dostu Kentler: Eskişehir. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 2(1), 1-23.
- Sağlık Turizmi. (2009).** Türkiye Sağlık Turizm Derneği. <http://www.saglikturizmi.org.tr/tr/saglik-turizmi/genel-bilgi>, E.T.:18.03.2022.
- Tsartsara, S. I. (2018).** Definition of A New Type of Tourism Niche-The Geriatric Tourism. *International Journal of Tourism Research*, 20(6), 796-799.
- Yapı Mimarlık Tasarım Kültür Sanat Dergisi (2022).** <https://yapidergisi.com/herdem-saglikli-yasam-koyunde-ornek-konak-ziyarete-acildi/>, E.T: 18.03.2022.
- Yıldız, E. (2021).** Yaşlı Dostu Kentler ve Covid-19 Sürecinde Yerel Yönetim Faaliyetleri. *International Marmara Social Sciences Congress*. 10 Aralık- 11 Aralık 2021, Kocaeli.
- Yıldız, Ü. (2019).** Geriatri in Alanya Health Tourism. 6. Alanya Uluslararası Sağlık ve Spor Bilimleri Sempozyumu, 18-19-20 Nisan 2019, Alanya.

4. EXTENDED ABSTRACT

Health tourism, which is one of the alternative tourism types, has started to be of great importance especially in recent years in terms of national economies. Geriatric tourism, which is included in this tourism, is travels made in order to protect the health of elderly individuals. Places such as hotels providing health services, nursing homes for the elderly, recreational areas and holiday resorts are service areas for geriatric tourism. The word geriatrics is derived from the combination of the Greek words "geras" meaning old age and "iatros" meaning service. This word, which means medicine for the elderly, is a branch of medicine that deals with the care of elderly individuals and their health problems. The concept of geriatric tourism may be similar to the concept of third age tourism. However, geriatric tourism differs from third age tourism in this respect, as it has an approach focused only on protecting health. Geriatric tourism should be considered as a different field within health tourism. Because in health tourism, the purpose is only travels to receive treatment and rehabilitation services, while in geriatric tourism, it is not only for treatment purposes but also participation in touristic activities. Geriatric tourists prefer hotels with special geriatric care facilities as well as medical treatment. Considering the push and pull factors

affecting the tourism motivations of the third age group, the most common push motivations are; escape, rest and relaxation, novelty seeking, physical exercise, health and visiting relatives or friends. The pull motivations are; medical facilities, climate, cost, hygiene and cleanliness, historical, cultural and natural attractions. This age group mostly prefers holiday villages, clinical hotels or nursing homes. Geriatric care services, rehabilitation services or sightseeing tours suitable for the third age group are provided in such places. The main problem that complicates the geriatric tourist potential is the constraints. In order to reduce or eliminate this situation, different arrangements should be made so that geriatric tourists can participate in recreational activities and stay comfortably during their travels. The most common restrictions in the elderly; climbing stairs, carrying heavy items or doing work. Therefore, it is necessary to make spatial arrangements suitable for the physical needs of geriatric individuals. Among the travel motivations of geriatric tourists; There are issues such as the desire to have a holiday with treatment, the desire to receive much higher quality health care services, the very limited opportunities for a holiday in their own country, the desire of chronic patients or the elderly to be treated in other environments, the desire of people to hold on to life and live. In the travel behavior of geriatric tourists; It can be said that the type of accommodation used has changed, the planning and preparation stages differ in the behavior of elderly tourists, the travel times are long, they mostly choose private cars as a means of transportation, and their tour package preferences are intense. Health tourism in Turkey is generally called medical tourism. This tourism is focused on utilizing health facilities for therapeutic purposes. However, this situation is different in the world, and it is seen that especially thermal health tourism and geriatric care-oriented tourism are much stronger compared to our country. In the world, organizations to develop health tourism and geriatric tourism have emerged in different countries and incentive programs have been organized by the state. In this respect, it is seen that there is a tendency towards health tourism and geriatric tourism in the international tourism market. Within the scope of geriatric tourism; Age-friendly city, elderly and social services institute and travel more at your best age are shown as examples. Destinations that are exemplary in Turkey within the scope of geriatric tourism; Muğla province is a geriatrics tourism facility and Grado is an elderly care center. Muğla province geriatrics tourism facility is a facility to be planned. Grado elderly care center located in Mersin Kargıpınar; It aims to establish a long-term life by providing a suitable environment for the elderly, disabled and those with chronic diseases. Puerta a La Vida, which is an exemplary destination in the world within the scope of geriatric tourism, is planned as a 65-acre facility located on the Central Pacific coast, near Miramar. The center's on-site spa, wellness centre, workshops, music performances and special events are designed to foster an active lifestyle. The facility does not have the logic of a tourism business, but serves as a timeshare or for sale. In this study, it has been determined that geriatric tourism is not very popular in Turkey, but in other countries, more demand is achieved with the implementation of some applications. In the name of geriatric tourism, the demand for geriatric tourism destinations may increase with the construction of specially equipped facilities or medical support centers for the elderly, the presence of personnel with trainings such as elderly psychology, and the strong financial infrastructure.

Article ID : 62781
Article Type : Araştırma Makalesi
Corresponding Author : Füsün ESENKAL ÇÖZELİ
Year : 2022
Volume : 1
Issue : 1
Page : 12-24
Arrival Date : 03.06.2022
Revision Date : 06.07.2022
Acceptance Date : 12.09.2022
Published Date : 30.09.2022
How to Cite This Article : Çözeli Esenkal, F. & Köksalanlar Acun, A. (2022). İznik Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Uzaktan Eğitime Yönelik Algılarının Metaforlar Aracılığıyla Belirlenmesi. *International Journal Of Tourism And Destination Studies (IJOTADS)*, 1(1), 12-24.
IJOTADS is Licensed Under A Creative Commons Attribution- Non-Commercial 4.0 International License.

İZNİK MESLEK YÜKSEKOKULU ÖĞRENCİLERİNİN UZAKTAN EĞİTİME YÖNELİK ALGILARININ METAFORLAR ARACILIĞIYLA BELİRLENMESİ

DETERMINING THE PERCEPTIONS OF İZNIK VOCATIONAL SCHOOL STUDENTS REGARDING DISTANCE EDUCATION BY METAPHORS

Ayşen ACUN KÖKSALANLAR

Doktor Öğretim Üyesi, Bursa Uludağ Üniversitesi, İznik Meslek Yüksekokulu, aysenacun@uludag.edu.tr, Bursa/Türkiye. ORCID ID: 0000-0002-9551-0702

Füsün ESENKAL ÇÖZELİ

Doktor Öğretim Üyesi, Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, Erdek Meslek Yüksekokulu, fcozeli@bandirma.edu.tr, Balıkesir/Türkiye. ORCID ID: 0000-0002-9402-1640

ÖZET

Dünyayı etkisi altına alan Covid 19 nedeniyle üniversiteler de dahil olmak üzere tüm eğitim kurumları uzaktan eğitim ile eğitim öğretim hayatına devam etme kararı almıştır. Bu nedenle, bu çalışmada "İznik Meslek Yüksekokulu Turist Rehberliği" programında öğrenim gören öğrencilerin, uzaktan eğitime yönelik algılarının, metaforlar aracılığıyla belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmaya 2020-2021 eğitim öğretim döneminde öğrenim gören 48 turist rehberliği öğrencisi katılmıştır. Verilerin toplanması için turist rehberliği öğrencilerine "Uzaktan eğitim..... gibidir. Çünkü" ifadesi verilmiştir ve cevaplamaları istenmiştir. Verilen analiz edilmesinde nitel araştırma yöntemlerinden olgu bilim (fenomenoloji) deseni kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda turist rehberliği öğrencilerinin uzaktan eğitime yönelik geliştirdikleri metaforlar "Eğitim ve Öğretim Unsuru", "Sosyal Unsur", "Altyapı Unsuru", "Mekânsal Unsur" ve "Ölçme ve Değerlendirme Unsuru" şeklinde 5 kategoride toplanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberliği Öğrencileri, Metafor, Uzaktan Eğitim.

ABSTRACT

Due to Covid 19, which has taken the world under its influence, all educational institutions, including universities, have decided to continue their education life with distance education. Therefore, in this study, it is aimed to determine the perceptions of the students studying in the "İznik Vocational School Tourist Guidance" program about distance education through metaphors. 48 tourist guidance students studying in the 2020-2021 academic year participated in the research. In order to collect the data, "Distance education..... like this. Because" statement was given and they were asked to answer. In the analysis of the data, the phenomenology design, one of the qualitative research methods, was used. As a result of the research, the metaphors developed by the tourist guide students for distance education were gathered in 5 categories as "Education and Teaching Element", "Social Aspect",

"Infrastructure Element", "Spatial Element" and "Assessment and Evaluation Element".

Keywords: Tourist Guidance Students, Metaphor, Distance Education.

1. GİRİŞ

Uzaktan eğitim, öğrenciler ve öğretmenlerin fiziksel olarak bir arada bulunmadığı ortamlarda gerçekleşen eğitim olarak tanımlanmaktadır (Akdemir, 2011). Türkiye’de uzaktan eğitim kavramı önce kavramsal olarak bir süre tartışılmış sonrasında ise (1970’li yıllarda) farklı girişimlerle uzaktan eğitim çalışmaları yapılmaya başlanmıştır. Bu çalışmaların sonucunda, 1980 sonrası Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi kurulmuş ve uzaktan eğitim kavramı yükseköğretim ile tanışmıştır. Daha sonraki dönemlerde teknoloji alanında yaşanan gelişmeler ile birlikte uzaktan eğitim ülkemizde ana akımın bir parçası olmuştur (Kırık, 2014; Bozkurt, 2017). Özellikle pandemi sürecinde, bütün eğitim kurumları eğitim ve öğretimin durmaması için uzaktan eğitime geçiş yapmıştır. Bu beklenmedik ani durum hem öğrencileri hem de öğretmenleri etkilemiştir. Zira uzaktan eğitimin öğrencilerin ve öğretmenlerin bir yerde bulunma zorunluluğunun olmaması ve eğitimin devam edebilmesine imkân vermesi gibi olumlu yanları olduğu gibi; öğrenci ve öğretmenin aynı ortamda bulunmayışı nedeni ile doğan iletişim yetersizlikleri, internet ve bilgisayar eksikliği nedeni ile oluşan erişim sorunu gibi olumsuz yanları da mevcuttur. Bu çalışmada İznik Meslek Yüksekokulunda normal şartlarda örgün eğitimde öğrenim gören fakat Covid-19 sebebiyle uzaktan eğitime geçmek zorunda olan turist rehberliği öğrencilerinin uzaktan eğitime yönelik algıları metaforlar aracılığıyla belirlenmeye çalışılmıştır.

1.1. Kavramsal Çerçeve

1.1.1. Uzaktan Eğitim Kavramı

İçinde yaşadığımız yüzyıl, “Bilgi Çağı” olarak adlandırılmaktadır. Bu yüzyılda, eğitim alanında önemli gelişmeler yaşanmıştır. Uzaktan eğitim kavramı da bilgi çağı ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan alternatif bir öğrenme sürecidir (Demir, 2014: 210). Uzaktan eğitim, eğitimin aksamasına sebep olan zaman ve coğrafi engelleri ortadan kaldırarak, zaman ve mekândan bağımsız, gelişen teknolojiye ayak uydurabilen, öğrenci ile öğretmenin aynı ortamda olmak zorunda olmadıkları, eş zamanlı ya da ayrı zamanlı olarak bilişim teknolojilerinden yararlanılarak gerçekleştirilen ekonomik ve etkileşimli bir eğitim sistemi şeklinde tanımlanmaktadır (Dinçer, 2006; Toker Gökçe, 2008; Balaban, 2012: 17; Özbay, 2015; Cabı ve Ersoy, 2017). Uzaktan eğitim sistemleri hem öğrencilere hem de öğretmenlere eğitim ve iletişim imkânını küresel anlamda sunmaktadır (İşman, 2011: 4). Günümüzde üniversiteler, açık ve uzaktan eğitim sistemleri aracılığıyla bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve değişikliklerle bağlantılı olarak daha etkili, verimli ve çekici öğrenme ortamları ve araçları sağlamaya çalışmaktadır (Doğantan, 2020). Öğrencilere daha esnek, zengin ve etkileşimli bir eğitim ortamı sunması ve böylece daha etkili bir eğitimin gerçekleşmesi, zaman ve mekân sınırlamasının olmaması, eğitim maliyetlerinin daha düşük olması gibi nedenler, uzaktan eğitimin avantajlarını oluşturmaktadır (Özbay, 2015). Fakat Covid-19 nedeniyle ani geçilen uzaktan eğitimde eğitim sistemindeki eşitsizliklerin büyümesi, bazı kesimler için uzun vadede olumsuz sonuçların ortaya çıkması, kaçırılan öğrenme fırsatları, öğrencilerin okulların sunduğu imkanlardan yararlanamaması, sosyal stres (Can, 2020) gibi birtakım sınırlılıklar da mevcuttur. Kürtüncü & Kurt (2020) tarafından yapılan çalışmada Covid 19 pandemisi nedeniyle yapılan uzaktan eğitimde öğrencilerin yaşadıkları sorunlar alt yapı, eğitimin yüz yüze olmaması, imkân kısıtlılığı, pandeminin getirdiği duygu durum ve sınav kaygısı şeklinde kategorileştirilmiştir. Sahu (2020) çalışmasında bazı üniversitelerin uzaktan eğitimi sağlayabilecek alt yapı olanaklarının ve kaynaklarının olmadığını belirtmiştir. Keskin & Özer Kaya (2020) Covid 19 sürecinde öğrencilerin uzaktan eğitime yönelik geri bildirimlerini değerlendirmişlerdir. Yapılan araştırmanın sonucunda, uzaktan eğitimin yüz yüze eğitim gibi etkili olmadığı, öğrencilerin öğretmenleriyle rahatça iletişim kuramadıkları, bilgilerin çabuk unutulduğu, eğitim sırasında teknik sorunlar yaşandığı şeklinde sorunlar belirlenmiştir.

1.1.2. Metafor Kavramı

Yunanca “Metaphrein” ya da “Metafora” kelimesinden türetilen Metafor kelimesi bir olguyu farklı açılardan farklı konulara bağlayarak ifade edebilme şeklinde tanımlanmaktadır. “*Metaforlar kavramları anlamlandırırken hâkim olmadığımız kavramları daha iyi bildiklerimize benzeterek onda çağrışım yapmamızı sağlarlar*” (Güneş & Fırat, 2016). Metaforlar, çoğu yönden birbirine benzemeyen iki şeyin önemli bir şekilde birbirine benzediğini gösteren kelimelerdir (Tuncay & Özçınar, 2009). Metaforlar, yalnızca dilin bir özelliği değil, aynı zamanda kavramsal sistemleri inşa etmeye yardımcı olan insanların bilişsel etkinlikleri için bir araçtır. Aynı zamanda metafor tanımlama, kelime anlamındaki belirsizliği giderme ve duygu analizi gibi çeşitli doğal dili anlama görevlerinin performansını iyileştirmeye yardımcı olmaktadır (Chen ve ark., 2021: 268). Shuel (1990) metafor kavramını “*bir resim 1.000 kelimeye bedelse, bir metafor 1.000 resme bedeldir. Bir resim yalnızca statik bir görüntü sağlarken, bir metafor bir şey hakkında düşünmek için kavramsal bir çerçeve sağlar*” şeklinde ifade etmiştir (akt.; Wegner ve ark., 2020). Metaforlar, bir kişinin başka bir deneyim veya fikirle ilgili olarak bir kavram hakkındaki algısını anlamamıza imkân sağlamaktadır (Wegner ve ark., 2020). Literatürde öğrencilerin uzaktan eğitime yönelik algılarını metaforlar ile belirlemek amacıyla yapılan çeşitli çalışmalara (Gündüz, 2013; Yılmaz Kaleli & Güven, 2015; Kıralı & Alcı, 2016; Gökbulut, 2021) rastlanmıştır. Fakat literatür incelendiğinde Covid-19 sonrası yapılan çalışmaların daha sınırlı olduğu belirlenmiştir. Çivril ve arkadaşları (2018) tarafından öğrencilerin uzaktan eğitime yönelik algılarını metaforlar aracılığıyla gerçekleştirilen çalışmada 5 farklı kategori belirlenmiştir. Çalışmada öğrencilerin uzaktan eğitime yönelik algılarının çoğunlukla olumlu olduğu tespit edilmiştir. Yılmaz Kaleli & Güven (2015) tarafından yapılan çalışmada öğrencilerin uzaktan eğitime yönelik metafor algılarının genellikle olumsuz olduğu belirlenmiştir. Fidan (2017) tarafından yapılan çalışmada öğrencilerin uzaktan eğitime yönelik oluşturdukları metaforlar; teknolojik, eğitim şekli, faydalı olan, olumsuz olan, bağımsızlık ve diğer şeklinde altı kategori altında toplanmıştır. Covid-19 sonrası yapılan çalışmalar incelendiğinde, Atik (2020) tarafından yapılan çalışmada öğrencilerin oluşturdukları metaforlar dört kategori altında toplanmıştır. Katılımcıların bazılarının olumlu bazılarının ise olumsuz metafor geliştirdiği belirlenmiştir. Bozkurt (2020) çalışmasında metaforları olumlu ve olumsuz gruplara ayırarak kategorilere ayırmıştır. Yapılan çalışmanın sonucunda olumlu grupta yer alan metaforlar faydalı, eğitim, esneklik, eğlenceli ve teknoloji şeklinde beş kategoriye, olumsuz grupta yer alan metaforlar ise etkileşim, zorunluluk, yetersizlik, dijital bölünme ve iletişim şeklinde beş kategoriye ayrılmıştır. Yılmaz Altuntaş ve arkadaşları (2020) tarafından yapılan çalışmada uzaktan eğitimin öğrencilerin sosyal ilişkilerine katkı sağlamadığı belirlenmiştir. Fakat teknik açıdan öğrencilerin becerilerini arttırdığı ve sürece daha kolay uyum sağlamada faydalı olduğu da tespit edilmiştir. Covid 19 sonrası yapılan çalışmaların daha sınırlı olması nedeniyle bu çalışmada İznik Meslek Yüksekokulunda öğrenim gören turist rehberliği öğrencilerinin uzaktan eğitim ile ilgili algılarının metaforlar aracılığıyla belirlenmesi amaçlanmıştır.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada turist rehberi adaylarının uzaktan eğitim algılarının metaforlar aracılığıyla belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu çerçevede, aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- Turist rehberi adayları, uzaktan eğitimi hangi metaforlarla özdeşleştirmektedir?
- Turist rehberi adayları, uzaktan eğitimi özdeşleştirdikleri metaforları nasıl tanımlamaktadır?
- Turist rehberi adaylarının özdeşleştirdikleri metaforlar, hangi kavramsal kategoriler altında toplanmaktadır?

2.2. Araştırma Verilerinin Toplanma Süreci

Araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli Etik Kurul İzin Belgesi Bursa Uludağ Üniversitesi Etik Kurulundan 25.12.2020 tarihi ve 31 karar numarası ile alınmıştır. Çalışmada nitel

araştırma yöntemlerinden olgu bilim (fenomenoloji) deseni kullanılmıştır. Olgu (fenomen), duyularla algılanabilen gözlemlenebilir somut olay ve nesnelere verilen addır. Olgular, günlük yaşantıda, “deneyimler, algılar, yönelimler, kavramlar ve durumlar” gibi çeşitli biçimlerde ortaya çıkabilmektedir. Olgu bilim ise farkında olunan ancak tam anlamı ile kavranamayan bu olgulara odaklanır. Olgu bilim bakış açısında tek bir gerçekliğin olmadığı üzerinde durulur. Bu bakış açısına göre gerçeklik bireysel algılamalara ve zamana göre değişebilmektedir. Bu nedenle olgu bilimde katılımcılar tarafından deneyimlenmiş bir olguya dair psikolojik özün elde edilmesi amaçlanır. Olgu bilim araştırmalarında başlıca veri toplama aracı görüşmelerdir. Böylelikle bireylerin farkında olmadıkları ya da üzerinde fazla düşünmedikleri olay veya nesnelere anlamları ortaya çıkartılabilmektedir (Akturan & Esen, 2013: 84-85; Yıldırım & Şimşek, 2013: 78). Metaforlar, olgu bilim araştırmalarında olguları ifade etmek için yoğun olarak kullanılan yöntemlerden biridir (Toker Gökçe & Bülbül, 2014: 66). Metaforlar, katılımcıların olgu ya da olgulara karşı olan algıların belirlenmesinde önemli rol oynayan ürünlerdir. Mecaz olarak da ifade edilebilen metaforla, “bir kavram veya bir terimin, farklı bir terim veya kavrama benzerliğini ifade etmek için kullanılan bir dil formu” olarak tanımlanır (Yıldırım & Şimşek, 2013: 237).

2.3. Araştırma Verilerinin Analizi Süreci

Bu araştırmada turist rehberi adaylarının, uzaktan eğitime dair mevcut algılarının belirlenmesi amacı ile metaforlardan yararlanılmıştır. Bu bağlamda araştırmada açık uçlu bir soru formu hazırlanmıştır. Bu soruda öğrencilerin uzaktan eğitimi bir şeye (canlı, nesne, makine vb.) benzetmeleri istenmiş ve öğrencilere “Uzaktan eğitim gibidir; çünkü” şeklinde bir ifade verilmiştir. Öğrencilerden şablonda yer alan boşlukların doldurulması istenmiştir. Böylelikle “gibi” kelimesi ile “metaforun konusu” ve “kaynağı” arasındaki ilişki, “çünkü” kelimesi ile de “metafora yüklenen anlam ve neden” ortaya çıkartılmaya çalışılmıştır. Araştırmada kullanılan bu şablona dair ifadeler araştırmanın veri kaynağını oluşturmaktadır. Araştırmada metafor aracılığıyla elde edilen verilerin çözümlenmesinde, içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi sözel, yazılı ve diğer materyallerin nesnel ve sistematik bir şekilde incelenmesidir. Bu analiz yönteminde veriler, benzerlik ilişkileri dikkate alınarak belli kategoriler altında toplanır. İçerik analizinde öncelikle verilerin ayıklanması işlemi gerçekleştirilir. Bu aşamada araştırma konusu ile ilgili olmayan ifadeler kapsam dışına alınır. Sonrasında verilerin benzerlik ilişkileri dikkate alınarak verilerin kodlanması ve temalandırılmasına gidilir. En son olarak düzenlenen ve tanımlanan kod ve temalardaki bulgular ortaya konulur (Yıldırım & Şimşek, 2013: 239). İçerik analizinde geçerlilik ve güvenilirlik kavramları iç ve dış geçerlilik iç ve dış güvenilirlik boyutlarında gerçekleştirilmelidir. İç geçerlilik, araştırmacı tarafından araştırılan olgunun olduğu biçimde ve olabildiğince tarafsız olarak ortaya konması ile ilgilidir. Bu kapsamda meslektaş, katılımcı, uzman teyidi gibi ek yöntemler kullanılabilir. Dış geçerlilik ise araştırma süreci ve sonuçlarının, araştırmanın sınırlı ölçüde genellenebilmesine imkân verecek şekilde ayrıntılı bir şekilde açıklanmasıdır. İçerik analizinde iç güvenilirlik aynı zaman diliminde birden fazla araştırmacının bir olguyu aynı biçimde ölçmesi olarak ifade edilir. Dış güvenilirlik ise araştırma süreci ve analizinin benzer şekilde araştırma yapan araştırmacılara yol gösterebilecek şekilde açıklanmasıdır (Yıldırım & Şimşek, 2013: 289-309). Bu çerçevede araştırmada turist rehberi adaylarının geliştirdikleri metaforların içerik analiziyle değerlendirilmesi, dört aşamada gerçekleştirilmiştir (Yıldırım & Şimşek, 2013: 260). Bu çalışmada, Yıldırım ve Şimşek (2013)’ün belirttiği şekilde dört aşamada sistematik bir biçimde gerçekleştirilmiştir. Bu dört aşama: verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanmasıdır.

➤ **Verilerin Ayıklanması Aşaması:** Öncelikle öğrencilere metafor oluşturma yöntemi konusunda bilgi verilmiştir, sonrasında öğrencilerin uzaktan eğitime ilişkin geliştirmiş oldukları metaforlar araştırmacılar tarafından incelenmiştir. Metafor yazılmamış iki adet form araştırma Kapsamı dışına bırakılmış ve analiz 46 metafor üzerinden gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçlarının yorumlanmasında güvenilirliği arttırmak amacıyla 2 uzman kişinin görüşü alınarak, Miles ve Huberman’ın (1994) geliştirdiği formül ile (Güvenlik = Görüş Birliği/Görüş Birliği+Görüş Ayrılığı) ortaya konulmuştur. Çalışmanın güvenilirliği 0,87 olarak hesaplanmıştır.

➤ **Metaforların Oluşturulması Aşaması:** Öğrencilerin geliştirdikleri metaforlar listelenmiş ve bir metafor tablosu oluşturulmuştur. Araştırmacılar tarafından uzlaşılan metaforlar sıklık değerlerine göre tasnif edilmiş ve yüzdeler hesaplanmıştır.

➤ **Kategori Oluşturma Aşaması:** Metaforlar, sahip oldukları ortak özellikleri veya benzerlikleri dikkate alınarak belli kategoriler altında toplanmıştır ve uzaktan eğitime ilişkin toplamda beş adet kategori oluşturulmuştur. Kategoriler oluşturulurken doküman incelemesi sonrasında ortaya konan kodlardan yola çıkılmış ve ilgili dokümanlardan bulgular bölümünde doğrudan alıntılar yapılarak metaforlar ile temalar arasındaki ilişkilere yer verilmiştir.

➤ **Geçerlik ve Güvenirlik Aşaması:** Araştırmanın iç geçerliği bulguların yorum yapılmadan doğrudan alıntı yoluyla verilmesi ile dış geçerliği ise araştırma ve analiz sürecinin detaylı bir şekilde açıklanması ile sağlanmıştır. İç güvenilirliğin sağlanması amacıyla veriler tarafsız olarak yorumlanmış, metaforlar araştırmacılar tarafından ayrı ayrı kodlanmış ve karşılaştırılmış ve tutarlılık sağlanmıştır. Dış güvenilirliğin sağlanması için ise elde edilen metaforlar, kodlamalar, kategoriler vb. tüm belgeler iki uzman tarafından doğrulanmıştır.

3. BULGULAR

Turist Rehberliği öğrencilerinin tanımlayıcı özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 1’de ve uzaktan eğitime ilişkin geliştirdikleri metaforlar ise Tablo 2’de verilmiştir. Tablo 1 incelendiğinde, öğrencilerin %52’sinin kadın %48’in erkek olduğu görülür. Bu bağlamda öğrencilerin cinsiyet dağılımlarının oldukça birbirine yakın olduğu görülmektedir. İlgili tablonun yaş dağılımları incelendiğinde öğrencilerin %63’lük bölümünün 18-21 yaş aralığında olduğu %31’lik bölümün 22-26 yaş aralığında olduğu ve %2’lik bölümün ise 27 ve üzeri olduğu görülür.

Tablo 1. Uludağ Üniversitesi İznik Meslek Yüksekokulu Turist Rehberliği Öğrencilerinin Tanımlayıcı Özellikleri

Katılımcı Özellikleri	Sayı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	52
	Erkek	48
Yaş	18-21	63
	22-26	31
	27 ve Üzeri	2

Tablo 2 incelendiğinde, turist rehberliği öğrencilerinin uzaktan eğitime yönelik geliştirdikleri metaforlar 5 kategoride toplanmıştır. Bunlar; eğitim ve öğretim unsuru, sosyal unsur, altyapı unsuru, mekânsal unsur ve değerlendirme unsurudur. Araştırmaya katılan 48 turist rehberi adayının geliştirdikleri 46 metafor ve içerisinde yer aldığı kategorileri ilgili tabloda ayrıntılı bir şekilde görmek mümkündür. Tablo 2’nin %70’lik bölümü kapsayan eğitim ve öğretim unsuru kategorisinde toplamda 32 metafor bulunmaktadır. Bu metaforların %35’lik gibi büyük bir kısmı olumsuz, %26’lık kısmı kısmen olumlu-kısmen olumsuz, %9’luk kısmı ise olumlu metaforlardır. Bu kategoride yer alan öğrencilerin olumsuz olarak geliştirdikleri metaforlara ilişkin ifadeleri aşağıda verilmiştir. Öğrencilerin ifadeleri verilirken, öğrenci isimleri Ö1, Ö2, Ö3 ... şeklinde kodlanmıştır ve alıntılar doğrudan verilmiştir.

Ö1: *Uzaktan eğitim içi boş defter gibidir çünkü faydası yok.*

Ö2: *Uzaktan eğitim yabancı dil gibi çünkü dersini görüyorum ama anlamıyorum.*

Ö3: *Uzaktan eğitim mektuplaşmak gibidir çünkü sürekli not yazarsın ama asla canlı bir sarılmanın hissini vermez.*

Ö4: *Uzaktan eğitim ağrı kesici haplar gibidir. Ağrıyı keser ama tedavi etmez.*

Ö5: *Uzaktan eğitim karanlık gibidir çünkü bir çıkış yolu yoktur. Öğrenciler o karanlıkta kaybolur.*

Ö6: *Uzaktan eğitim tuzsuz yemek gibidir. Çünkü yemek zorundasın ama hiçbir anlamı yok veya bir tadı yok. Ama yine de o yemeği yiyorsun.*

Ö7: *Uzaktan eğitim okyanusta kürek çekmek gibidir çünkü boşa uğraşıyoruz hiçbir şey*

anlaşılmıyor.

Ö8: Uzaktan eğitim acı kahve gibidir içersin ama içmesen de olur.

Ö9: Uzaktan eğitim imkânsız aşk gibidir çünkü ordadır her şey vardır ama kavuşamaz bir şey anlamaz acı çekersin sınav zamanı.

Ö10: Uzaktan eğitim kara delik gibidir. Çünkü okuyan okumayan herkesi içine çekiyor, girdiğimizden beri de kimse içinden çıkamadı.

Ö11: Uzaktan eğitim çakma telefon gibidir işini göreceğini sanırsın ama görmez bozulur aldığına pişman olursun.

Ö12: Uzaktan eğitim kış günü denizi seyretmek gibidir. Uzaktan güzel gözüdür ama içine girdikçe üşürsün.

Ö13: Uzaktan eğitim adalet gibidir çünkü adı var kendisi yok.

Ö14: Uzaktan eğitim kör karanlık bir oda gibidir çünkü hiçbir şey görüldüğü gibi ve algılanması gerektiği gibi olmuyor ve aynı zamanda çok verimsiz.

Ö15: Uzaktan eğitim hayvanat bahçesi gibidir çünkü görürsün dokunamazsın güzel de görünse süslü bir hapishanedir.

Ö16: Uzaktan eğitim Alzheimer hastalığı gibidir. Çünkü, hemen uçup gidiyor akılda kalıcı bir yanı yok.

Tablo 2. Uludağ Üniversitesi İznik Meslek Yüksekokulu Turist Rehberliği Öğrencilerinin Covid-19 Sürecinde Uzaktan Eğitime İlişkin Geliştirdikleri Metaforlar

METEFORLAR KATEGORİLER	F.	%	Olumsuz Metaforlar	F.	%	Kısmen Olumlu/ Kısmen Olumsuz Metaforlar	F.	%	Olumlu Metaforlar	F.	%
1. Eğitim ve Öğretim Unsuru	32	70	Boş bir defter	16	35	Mektuplaşmak	12	26	Işık	4	9
			Yabancı dil			Meyvesine ulaşılmayan bir ağaç			Nefes		
			Ağrı kesici haplar			Mum ışığı			Kurtarıcı		
			Karanlık			Beden dili ile anlaşılan insanlar			Su		
			Tuzsuz yemek			İnternette Alışveriş					
			Okyanusta kürek çekmek			Eğitici kanallar					
			Acı kahve			Youtube					
			İmkânsız aşk			Elmas					
			Kara delik			Dram filmi					
			Çakma telefon			Sessiz bir sinema					
2. Sosyal Unsur	4	8	Kış günü denizi seyretmek	3	6	Temelsiz yapı gibidir	1	2			
			Adalet			Ahşap yanın merdiveni gibidir					
			Kör karanlık bir oda								
3. Altyapı ve Teknolojik Unsur	5	10	Hayvanat bahçesi	1	2	Soğuk savaş	1	2	Eşitlik	2	6
			Alzheimer						Sevdiğimiz bir kitabın altını çizdiğimiz Satırları	1	1
4. Ölçme ve Değerlendirme Unsuru	1	2	Alzheimer	1	2						
			Şarkı dinlemek								
5. Mekânsal Unsur	4	9						Özgürlük	4	9	
								Beyaz bir güvercin			
Genel Toplam	46	100		21	46		14	30	Açık öğretim	11	24

Ö17: Uzaktan eğitim şarkı dinlemek gibi çünkü akılda kalması için bir defa dinlemek asla yetmiyor.

Eğitim ve öğretim kategoride yer alan öğrencilerin kısmen olumlu-kısmen olumsuz olarak geliştirdikleri metaforlara ilişkin ifadeleri aşağıda verilmiştir.

Ö19: Uzaktan eğitim meyvesine ulaşılmayan bir ağaç gibidir. Çünkü her ne kadar eğitim verilse de yüz yüze yapılan eğitim kadar verimli olmamaktadır.

Ö20 Mum ışığı gibidir çünkü ışık kadar aydınlatmaz ama yine de azıcık da olsa yol gösterir.

Ö21: Uzaktan eğitim beden diliyle anlaşılan insanlar gibidir çünkü her şey tam gibi gözüксе de tam olmayan bir hissiyat vardır.

Ö22: Uzaktan eğitim internetten alışveriş yapmak gibidir. Çünkü hep bir eksiklik var içinde.

Ö23: Uzaktan eğitim youtube gibidir. Çünkü youtubedan ders videoları izliyordum hissiyatı veriyor.

Ö24: Uzaktan eğitim elmas gibidir. Çünkü elmas işlenmeyene kadar değeri bilinmez, işlendikten sonra değer kazanır uzaktan eğitim de öyle yüz yüze işlenmeyene kadar bir değeri olmaz.

Ö25: Uzaktan eğitim dram filmi gibidir çünkü sıkılsan bile dram filmi izlerken bitince zevk aldığını anlarsın uzaktan eğitimde de bir şeyler öğreniyoruz.

Ö26: Uzaktan eğitim sessiz sinema gibidir herkes anlayamaz.

Ö27: Temelsiz yapı gibidir çünkü bir süre barınırsınız ama ne zaman düşeceği belli olmaz.

Ö28: Ahşap yangın merdiveni gibidir merdiven vardır üst kata çıkarsınız ama kullanışlı mıdır tartışılır.

Eğitim ve öğretim kategoride yer alan öğrencilerin olumlu olarak geliştirdikleri metaforlara ilişkin ifadeleri aşağıda verilmiştir.

Ö29: Uzaktan eğitim ışık gibidir çünkü eğitim hayatımızı aydınlatır.

Ö30: Nefes gibidir çünkü eğitim her zaman lazımdır.

Ö31: Uzaktan eğitim bir kurtarıcı gibidir. Çünkü uzaktan eğitim olmasaydı bu pandemi döneminde ya yüz yüze eğitime devam edip virüsün yayılmasına ekstra destek verecektik ya da evlerimizde kalıp hiç eğitim alamayacaktık.

Ö33: Su gibidir, eğitimin her türüsüne de ihtiyaç vardır.

İlgili tablo incelendiğinde %8'lik bölümü kapsayan sosyal unsur kategorisinde toplamda dört metafor bulunmaktadır. Bu metaforların %6'lık kısmı olumsuz ve %2'lik kısmı ise kısmen olumlu-kısmen olumsuzdur. Bu kategoride yer alan öğrencilerin olumsuz olarak geliştirdikleri metaforlara ilişkin ifadeleri aşağıda verilmiştir.

Ö34: Yalnızlık gibidir çünkü hocalar arkadaşlar yanında yoktur.

Ö35: Uzaktan eğitim yatak gibidir. Çünkü uzaktan eğitim ben ve yatağım ayrılmaz bir üçlü olduk. Ne hocalar var yanımda ne arkadaşlar.

Ö48: Uzaktan eğitim hayal gibidir. Çünkü önceden hayal ettiğim üniversite ortamını bırakın üniversiteyi bile bulamadım.

Sosyal unsur kategorisinde kısmen olumlu- kısmen olumsuz olarak gerçekleştirilen metafora ilişkin öğrencinin ifadesi aşağıda belirtilmiştir.

Ö36: Uzaktan eğitim görüntülü telefon gibidir. Bir nebze de olsa arkadaşlarını ve hocalarını görürsün.

Tablo 2 incelendiğinde teknolojik unsur kategorisinde toplamda beş metafor bulunmaktadır. Bu metaforların %2'lik kısmı olumsuz ve %2'lik kısmı ise kısmen olumlu kısmen olumsuz, %6'lık kısmı ise olumludur. Bu kategoride yer alan öğrencilerin ifadeleri aşağıda verilmiştir. Bu kategoride yer alan öğrencinin olumsuz olarak geliştirdikleri metafora ilişkin ifadesi aşağıda verilmiştir.

Ö37: Uzaktan eğitim, tekerleksiz bir araba gibidir herkes ilerlemesini ister ama en gerekli olan şey yoktur.

Altyapı ve teknolojik unsur kategorisinde kısmen olumlu-kısmen olumsuz olarak ilişkilendirilen öğrencinin ifadesi aşağıda belirtilmiştir.

Ö39: *Uzaktan eğitim soğuk savaş gibidir imkânı olmayan kaybeder.*

Altyapı ve teknolojik unsur kategorisinde olumlu olarak ilişkilendirilen öğrencilerin ifadesi aşağıda belirtilmiştir.

Ö40: *Fırsat eşitliğidir. Ülkemizde gelir düzeyi ve beklentisinden kaynaklı her öğrenci aynı seviyelerde yaşamıyor. Gelir düzeyi eşitsizliği gibi gider düzeylerinde yaşanan farklılıklar bazı okuyan öğrencileri aynı zamanda çalışmaya itiyor. Bu problemi göz önünde bulundurduğumuzda bir yanda geçim sıkıntısı bir yanda da derse devam zorunluluğu ve akademik başarısızlık korkusuyla birçok üniversiteli öğrenci bunun bilinciyle yaşamak durumunda kalıyor. Eğitimin uzaktan olması, bu durumu ortadan kaldırıp öğrenciler arasında fark gözetmeksizin bir eşitlik yaşanmasına olanak sağlıyor.*

Ö41: *Uzaktan eğitim eşitliktir. Çünkü herkes katılabilir.*

Ö42: *Uzaktan eğitim sevdiğimiz bir kitabın altını çizdiğimiz satırlarına benzer çünkü her istediğimizde o satırlara ulaşmak gülümseten bir sebeptir.*

İlgili tablonun %2'lik kısmı kapsayan değerlendirme unsuru kategorisinde toplamda bir metafor bulunmaktadır ve bu metafor olumsuz olarak ortaya konmuştur. Bu kategoride yer alan öğrencinin ifadesi aşağıda verilmiştir.

Ö43: *Uzaktan eğitim vicdan gibidir eğer derse girersen bilgin olur kopya çekmezsin; eğer derse girmezsen bilgin olmaz, kopya çekersin.*

Tablo 2 incelendiğinde toplamda %9'luk bölümü kapsayan mekânsal unsur kategorisinde toplamda dört metafor bulunmaktadır. %9'luk kısmı olumsuz olarak ilişkilendirilmiştir. Bu kategoride yer alan öğrencilerin olumlu olarak geliştirdikleri metaforlara ilişkin ifadeleri aşağıda verilmiştir.

Ö44: *Uzaktan eğitim özgürlük gibi. Çünkü istemediğin bir yere zorunlu gitme sorumluluğun yok.*

Ö45: *Uzaktan eğitim beyaz bir güvercin gibidir. Çünkü özgürlüktür.*

Ö46: *Uzaktan eğitim engelsizlik gibidir çünkü okul yurt derdi yok.*

Ö47: *Uzaktan eğitim açık öğretim gibidir çünkü okula gitmeye gerek kalmıyor.*

4. SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

“Öğretmen, gençlere bilmediklerini öğreten bir nâkil (nakledici) değildir. Bu iş, kitabın işidir, bilmediklerimiz hep kütüphanelerde bulunmaktadır” (Topçu, 1997: 60). Ne yazık ki Covid 19 sürecinde eğitim alanı uzaktan eğitim ile farklı bir boyuta bürünmüş ve bu durum birçok sorunu beraberinde getirmiştir (Özbek, 2014). Salgının artması ile birlikte öğrenciler sadece eğitimden değil, aynı zamanda sosyalleşme, spor ve kültürel faaliyetler gibi kişilik gelişimini etkileyen birçok boyuttan mahrum kalmışlardır. Öğretmenler öğretici ve eğitici kimliklerini net olarak ortaya koyamamışlardır. Özellikle alışık olunmayan bu süreç geçici bir süreç olarak algılanmış, bu da beraberinde öğrencilerde adaptasyon sorunlarını ortaya çıkarmıştır. Nitekim yapılan araştırmalarda uzaktan eğitim alanında en çok etkilenen kesimin öğrenciler olduğu ortaya konulmuştur. Öğrencilerin gerek teknolojik sorunlardan dolayı gerekse akran-öğretmen içerik ara yüz etkileşiminden dolayı yaşanan sorunlardan dolayı uzaktan eğitime karşı tutumları değişmiştir (Horzum ve ark., 2013). Özellikle uygulamalı derslere ihtiyaç duyulan bölümlerde bu tutum değişikliği daha da olumsuz bir tablo çizebilmektedir. Nitekim Metin ve arkadaşları (2021) “Covid-19 Pandemi Sürecinde Uzaktan Eğitime Yönelik Öğretmen Görüşleri” adlı çalışmalarında, öğretmenlerin uzaktan eğitime yönelik genel olarak olumsuz görüş belirttikleri tespit edilmiştir. Çalışmada, öğretmenlerin, özellikle sınıf kontrolünü sağlama, öğrenciler ile etkili iletişime geçebilme, öğrencilerin derse yönelik motivasyonlarını artırma ve derse katılımlarını sağlama konularında sıkıntı yaşadıkları belirlenmiştir. Ayrıca çalışmada uzaktan eğitimin öğretmenlerin iş

yükünü arttırdığı, boş zaman kavramını ortadan kaldırdığı ortaya konmuştur. Çalışmanın bir başka sonucu ise hem öğrencilerin hem de öğretmenlerin uzaktan eğitimde kullanılan teknolojik aletleri ve programları kullanabilme becerisi açısından yetersiz oldukları, uzaktan eğitim için gerekli internet alt yapısının olmaması ve teknolojik aletlerin ortak kullanım zorunluluğundan dolayı sıkıntılar yaşandığıdır. Ancak yapılan çalışmalar incelendiğinde, uzaktan eğitimin öğrenciler tarafından genel hatları ile olumlu olduğunu dile getiren çalışmalarda mevcuttur. Örneğin; Akyol (2020) “Turizm ön lisans öğrencilerinin Covid-19 pandemisi sürecinde gerçekleştirilen uzaktan eğitim uygulamalarına yönelik görüşleri” adlı çalışmasında, katılımcıların bu süreçte öğretmenlerin uyguladığı eğitim yöntemlerinin yeterli olduğu görüşünde hemfikir oldukları; bireysel performansları hakkındaki görüşlerinde ise uygulama başlangıcında ilgilerinin çok olmadığı, hatta olumsuz olduğu fakat süreç devam ettikçe bu olumsuzluğun ortadan kalktığı ve uzaktan eğitim uygulamalarına ilgilerinin arttığı sonucuna ulaşmıştır. Buluk & Eşitti (2020), “Koronavirüs (Covid-19) sürecinde uzaktan eğitimin turizm lisans öğrencileri tarafından değerlendirilmesi” adlı çalışmalarında uzaktan eğitim ders sistemini turizm lisans öğrencilerinin büyük çoğunluğunun (yaklaşık %86’sının) takip edebildiğini ifade etmişler ve özellikle erkek öğrencilerin uzaktan eğitim derslerini daha etkili buldukları ve memnuniyetlerinin daha fazla olduğunu ortaya koymuşlardır. Bununla birlikte araştırmaya katılan öğrencilerin uzaktan eğitim ders memnuniyetleri üzerinde verilen destek hizmetlerinin, öğrenme koşullarının, uzaktan eğitimde değerlendirme sisteminin, program etkililiğinin ve bu yeni sistem için öğrencilerin kişisel uygunluklarının önemli belirleyiciler olduğunu ortaya koymuşlardır. Çalışma kapsamında üniversitelere ve çeşitli kamu ve özel paydaşlarına birtakım önerilerde bulunulmuştur. Özellikle Yüksek Öğretim Kurumuna (YÖK), yerel internet tabanlı uzaktan eğitim sisteminin alt yapısını oluşturması önerilmektedir. Görüldüğü gibi çalışmaların bazılarında olumlu bazılarında ise olumsuz algılar ile karşılaşmıştır. Bu bağlamda, öğrencilerin bu konudaki düşüncelerinin daha derinlemesine anlaşılabilmesi için metaforlar yolu ile incelenmesinde yarar vardır. Turist rehberliği bölümü geziler gibi uygulamalı derslerin önem taşıdığı bölümlerden biridir. Nitekim İznik meslek yüksekokulu öğrencileri üzerinde uzaktan eğitime olan algılarını ortaya koymak için yapılan bu çalışmada, öğrencilerin %46 gibi büyük bir oranda uzaktan eğitime karşı olumsuz metafor geliştirdikleri görülmektedir; %12 oranında ise kısmen olumlu ve kısmen olumsuz yönde metaforla karşılaşmıştır. Bu metaforların büyük bir bölümü eğitim ve öğretim kategorisi ile ilgilidir. İlgili metaforlar ve açıklamaları incelendiğinde öğrencilerin uzaktan eğitimden etkinlik ve verimlilik sağlayamadıkları, isteksizleştikleri ve derslerden uzaklaştıkları açıkça görülebilmektedir. Yine öğrencilerin %6’lık bölümünün sosyal unsurla ilgili olumsuz ve kısmen olumsuz değerlendirmede bulunmuştur. Öğrenciler Sosyal unsur ile ilgili değerlendirmelerinde uzaktan eğitim nedeni ile sosyalleşemediklerini ve yalnızlaştıklarını açıkça ifade etmişlerdir. Öğrencilerin olumsuz olarak değerlendirdikleri bir diğer unsur ölçme ve değerlendirme unsurudur. Bu unsorda öğrenciler eğitimde öğrenmenin etkinliğini arttırmakta önemli rolü olan sınavların ölçülmesindeki sıkıntıları %2 oranında dile getirmişler ve vicdan metaforu ile özdeşleştirmişlerdir. Bu durum psikolojik sorunların da gündeme gelebildiğini düşündürmektedir. Görüldüğü üzere yüzdeler örneklem bazında ciddi bir eğitim ve öğretim kaybının yaşandığını gözler önüne sermektedir. Her ne kadar öğrenciler olumlu olarak belirttikleri metaforlarda uzaktan eğitimin Covid 19 sürecinde gerekliliği ve önemini, sağladığı mekânsal çekiciliği ortaya koyduğu fırsat eşitliğini ve de konuların kayıt altına alınması ile tekrar edilebilirliğini vurgulasa da bu olumlu metaforlar, aldıkları %24’lük payla %46’lık dilime sahip olumsuz metaforların gölgesinde kalmıştır. Kuşkusuz ev iş, okul, sosyal hayat gibi her şeyin birbiri ile iç içe geçmiş olduğu bu dönemi kontrol edebilmek kolay değildir. Ancak bu araştırmada ortaya konulan sonuçlarda da görüldüğü gibi eğitim ve öğretimin etkin bir şekilde gerçekleştirebilmesi için yeni, yaratıcı ve kalıcı çözüm sağlayabilecek eğitim öğretim modellerine ihtiyaç vardır. Tabii ki uzaktan eğitimin daha verimli hale gelmesi için yapılan veya yapılabilecek birçok çalışma vardır. Bu çalışmalara aşağıda belirtilen konular örnek olarak verilebilir.

- Altyapının daha da güçlendirilmesi,
- Teknolojik yönden dezavantajlı olan öğrencilere ilgili cihazların ve erişim imkanının sağlanması

ve bu doğrultuda krediler açılması,

- Öğretmenlere yönelik hizmet iç eğitimlerin düzenlenmesi,
- Ebeveyn ve öğrencilere yönelik psikolojik eğitimlerin yapılması ve
- Sınavlarda kopya çekmenin önlenmesi için ayna veya sorulara geri dönülememesi gibi yöntemlere başvurulmasıdır.

Elbette ki yukarıda belirtilen çalışmalar önemli önlemler ve gelişmelerdir. Ancak her ne kadar bu gelişmeler önemli olsa da yeterliliği tartışılır. Zira Covid-19'un çaresi bulunsa bile insanlığın geçmişte ve bugün de olduğu gibi gelecekte de bu tarz salgınlarla karşılaşacağı gerçeği göz ardı edilemez. Bu bağlamda ivedilikle ele alınması gereken diğer konular aşağıdaki gibi ifade edilebilir

- Açık havada eğitim,
- Endüstri 4.0 eğitim modelleri (Arttırılmış gerçeklik, simülasyon vb.) ve
- Proje tabanlı eğitimlerdir.

Bu bağlamda, Covid-19 gibi aciliyet gerektiren durumlarda eğitimin aksamadan, çok daha etkin ve verimli yürütülebilmesi için yukarıdaki gibi belirtilen yenilikçi eğitim modellerin gözden geçirilmesi ve bu yönde çalışmalara acilen başlanması adeta bir zorunluluktur.

Destek Bilgisi: Çalışmanın hazırlanma sürecinde herhangi bir kişiden, kurumdan veya kuruluştan aynı veya nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Makalemiz ile ilgili herhangi bir kurum, kuruluş, kişi ile mali çıkar çatışması yoktur ve yazarlar arasında da herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Yazar Katkı Oranı: Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamışlardır.

Etik Onayı: Çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) veya araştırmacı(lar) beyan etmelidirler. Aksi bir durumun tespiti halinde **International Journal Of Tourism And Destination Studies** hiçbir sorumluluğu üstlenmemektedir ve sürece ilişkin hukuki sorumluluklar ve yaptırımlar çalışmanın yazarlarına aittir.

Etik Kurul Onayı: Araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli Etik Kurul İzin Belgesi Bursa Uludağ Üniversitesi Etik Kurulundan 25.12.2020 tarihi ve 31 karar numarası ile alınmıştır.

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Makale onam formu gerektiren bir çalışma değildir.

5. KAYNAKÇA

- Akdemir, Ö. (2011).** Yükseköğretimimizde Uzaktan Eğitim. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, (2), 69-71.
- Akturan, U. & Esen, A. (2013).** Fenomenoloji. (Edt.: Baş, T. & Akturan, U.). İçinde: Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Akyol, C. (2020).** Turizm Önlisans Öğrencilerinin Covid-19 Pandemisi Sürecinde Gerçekleştirilen Uzaktan Eğitim Uygulamalarına Yönelik Görüşleri. *Studies in Educational Research and Development*, 4(2), 65-82.
- Atik, A. D. (2020).** Fen Bilimleri Öğretmen Adaylarının Uzaktan Eğitim Algısı: Bir Metafor Analizi. *Uluslararası Eğitim Araştırmacıları Dergisi*, 3(2), 148-170.
- Balaban, E. M. (2012).** Dünyada ve Türkiye'de Uzaktan Eğitim ve Bir Proje Önerisi. Işık Üniversitesi, Bilgiye Erişim ve Paylaşım Projesi: Uzaktan Eğitim.
- Bozkurt, A. (2017).** Türkiye'de Uzaktan Eğitimin Dünü, Bugünü ve Yarını. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 85-124.
- Bozkurt, A. (2020).** Koronavirüs (Covid-19) Pandemisi Sırasında İlköğretim Öğrencilerinin

Uzaktan Eğitime Yönelik İmge ve Algıları: Bir Metafor Analizi. Uşak Üniversitesi Eğitim Araştırmaları Dergisi, 6(2), 1-23.

- Buluk, B. & Eşitti, B. (2020).** Koronavirüs (Covid-19) Sürecinde Uzaktan Eğitimin Turizm Lisans Öğrencileri Tarafından Değerlendirilmesi. *Journal of Awareness*, 5(3), 285-298.
- Cabı, E. & Ersoy, H. (2017).** Yükseköğretimde Uzaktan Eğitim Uygulamalarının İncelenmesi: Türkiye Örneği. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 7(3), 419-429.
- Can, E. (2020).** Koronavirüs (Covid-19) Pandemisi ve Pedagojik Yansımaları: Türkiye’de Açık ve Uzaktan Eğitim Uygulamaları. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 11-53.
- Chen, X., Hai, Z., Wang, S., Li, D., Wang, C. & Luan, H. (2021).** Metaphor Identification: A Contextual Inconsistency Based Neural Sequence Labeling Approach. *Neurocomputing* 428, 268-279.
- Çivril, H., Aruğaslan, E. & Özkara Özyayın B. (2018).** Uzaktan Eğitim Öğrencilerinin Uzaktan Eğitime Yönelik Algıları: Bir Metafor Analizi. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 8(1), 39-59.
- Demir, E (2014).** Uzaktan Eğitime Genel Bir Bakış. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 39, 203-212.
- Dinçer, S. (2006).** Bilgisayar Destekli Eğitim ve Uzaktan Eğitime Genel Bir Bakış. *Akademik Bilgi ve İletişim Konferansı, Pamukkale Üniversitesi, Denizli.*
- Doğantan, E. (2020).** An Interactive Instruction Model Design with Role Play Technique in Distance Education: A Case Study in Open Education System. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport&Tourism Education*, 27, 1-9.
- Fidan, M. (2017).** Karma Öğrenme Öğrencilerinin Uzaktan Eğitim Kavramına Yönelik Metaforik Algıları. *International Online Journal of Educational Sciences*, 9(1), 276-291.
- Gökbulut, B. (2021).** Uzaktan Eğitim Öğrencilerinin Bakış Açısıyla Uzaktan Eğitim ve Mobil Öğrenme. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 11(1), 160-177.
- Gündüz, A. Y. (2013).** Öğretmen Adaylarının Uzaktan Eğitim Algısı. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi, Sakarya.*
- Güneş, A. & Fırat, M. (2016).** Açık ve Uzaktan Öğrenmede Metafor Analizi Araştırmaları. *AUAD*, 2(3), 115-129.
- Horzum, M. B., Özkaya, M., Demirci, M. & Alpaslan, M. (2013).** Review of Turkish Distance Education Research. *İnönü University Journal of the Faculty of Education*, 14(2), 79-100.
- İşman, A. (2011).** Uzaktan Eğitim. *Geliştirilmiş 4. Baskı. Ankara: Pegem Akademi.*
- Kaleli, G. Y. & Güven, B. (2015).** Öğretmen Adaylarının Uzaktan Eğitime Yönelik Algılarının Metaforlar Yoluyla Belirlenmesi. *Türk Bilgisayar ve Matematik Eğitimi Dergisi*, 6(2), 299-322.
- Keskin, M. & Özer Kaya, D. (2020).** Covid-19 Sürecinde Öğrencilerin Web Tabanlı Uzaktan Eğitime Yönelik Geri Bildirimlerinin Değerlendirilmesi. *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 5(2), 59-67.
- Kıralı, F. N. & Alcı B. (2016).** Üniversite Öğrencilerinin Uzaktan Eğitim Algısına İlişkin Görüşleri. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 30, 55-83.
- Kırık, A. M. (2014).** Uzaktan Eğitimin Tarihsel Gelişimi ve Türkiye’deki Durumu. *Marmara İletişim Dergisi*, 21, 73-94.
- Kürtüncü, M. & Kurt, A. (2020).** Covid-19 Pandemisi Döneminde Hemşirelik Öğrencilerinin

Uzaktan Eğitim Konusunda Yaşadıkları Sorunlar. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 7(5), 66-77.

Metin, M. Gürbey S. & Çevik A. (2021). Covid-19 Pandemi Sürecinde Uzaktan Eğitime Yönelik Öğretmen Görüşleri. Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi, 5(1), 66-89.

Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook. (2. Edition). California: SAGE.

Özbay, Ö. (2015). Dünyada ve Türkiye’de Uzaktan Eğitimin Güncel Durumu. Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi, 2(5), 376-394.

Özbek, E. A. (2014). Açık ve Uzaktan Öğrenmenin Günümüzdeki Durumu. Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, 3(3), 154-165.

Sahu, P. (2020). Closure of Universities Due to Coronavirus Disease 2019 (Covid-19): Impact on Education and Mental Health of Students and Academic Staff. Cureus, 12(4), 1-6.

Toker Gökçe, A. (2008). Küreselleşme Sürecinde Uzaktan Eğitim. D. Ü. Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi, 11, 1-12.

Toker Gökçe, A. & Bülbül, T. (2014). Okul Bir İnsan Bedenidir: Meslek Lisesi Öğrencilerinin Okul Algılarına Yönelik Bir Metafor Çalışması. Eğitim Bilimler Araştırmaları Dergisi, 4(1), 63-88.

Topçu, N. (1997). Türkiye'nin Maarif Davası. 3. Baskı. (Haz.: Erverdi, E. & Kara, İ.). İstanbul: Dergâh Yayınları.

Tuncay, N. & Özçınar, Z. (2009). Distance Education Students’ “Metaphors”. Procedia Social and Behavioral Sciences, 1, 2883-2888.

Wegner, E., Burkhart, C., Weinhuber, M. & Nückles, M. (2020). What Metaphors of Learning Can (and cannot) Tell Us About Students’ Learning. Learning and Individual Differences, 80, 1-11.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz Altuntaş, E., Başaran, M., Özeke, B. & Yılmaz, H. (2020). Covid-19 Pandemisi Sürecinde Üniversite Öğrencilerinin Yükseköğretim Kurumlarının Uzaktan Eğitime Yönelik Stratejilerine ve Öğrenme Deneyimlerine İlişkin Algı Düzeyleri. Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi, 3(2), 8-23.

Yılmaz Kaleli, G. & Güven, B. (2015). Öğretmen Adaylarının Uzaktan Eğitime Yönelik Algılarının Metaforlar Yoluyla Belirlenmesi. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education. 6(2), 299-322.

6. EXTENDED ABSTRACT

The transformation process that has emerged with the coronavirus epidemic and has an impact all over the world continues to develop rapidly. This transformation shows its impact in many different fields, especially in the fields of health and education, economy, shopping, tourism industry. this transformation signals that it will continue its effect after the epidemic period. Since it is an external factor-dependent sector, the tourism sector can be rapidly affected by many events such as epidemics, terrorism, etc. The pandemic period faced with in 2020 has significantly impaired both tourism and tourism-related professions. Due to Covid-19 affecting all the world, all educational institutions, including universities, have decided to continue their instructional programme with distance education. The transformation process that has emerged with the The aim of this study, thus, was to determine the perceptions of students studying in the programme of tourist guidance in at İznik Vocational School regarding distance education, through metaphors. Metaphors are products that play an important role in determining the participants' perceptions of facts or

phenomena. Metaphors, which can also be expressed as metaphors, are defined as "a language form used to express the similarity of a concept or a term to a different term or concept. Semi-structured interview method and nonrandom sampling method were used in the study. In this context, an open-ended question form was prepared in the study. In this question, students were asked to compare distance education to something (living, object, machine, etc.) and students were asked to say, "Distance education like this; because....." a template is given. Students were asked to fill in the blanks in the template. Thus, the relationship between the word "like" and the "subject" and "source" of the metaphor, and the "meaning and reason attributed to the metaphor" with the word "because" were tried to be revealed. The data obtained from the forms after the interviews were subjected to content analysis. It allows much more effective use of time. The limitation of the study is that the sample consists of only İznik Vocational School tourist guidance students. A total of 48 tourist guidance students studying in the 2020-2021 academic year were included in the study. For data collection, tourist guidance students were asked to respond to the item "Distance education is like Because.....". Phenomenology, one of the qualitative research designs, was used to analyze data. Content analysis was used to analyze the data obtained through metaphor in the research. As a result of the research, the metaphors that tourist guidance students developed for distance education were collected in the following five categories: "education and training element", "social element", "infrastructure element", "spatial element" and "evaluation element". In the study, it is seen that 46% of students develop negative metaphors against distance education. At the rate of 12%, partially positive and partially negative metaphors were encountered. Most of these metaphors are related to the category of education and training. When the related metaphors and explanations are examined, it can be clearly seen that the students cannot achieve effectiveness and efficiency from distance education, they become reluctant and they move away from the lessons. Again, the negative and partially negative evaluations of 6% of the students about the social factor is another element obtained from the research about the negative impact of distance education on students. In addition, the problems in the measurement of exams, which have an important role in increasing the effectiveness of learning in education, were also expressed at the rate of 2% and were expressed with the metaphor of conscience. This situation makes us think that psychological problems can also come to the fore. As can be seen, the percentages reveal that there is a serious loss of education and training on a sample basis. Of course, it is not easy to control this period in which everything such as homework, school, social life is intertwined. However, as seen in the results of this research, there is a need for education and training models that can provide new, creative and permanent solutions in order for education and training to be carried out effectively. Because even if a cure for Covid-19 is found, the fact that human beings will face such epidemics in the future, as in the past and today, cannot be ignored. In this context, it is an urgent requirement to review innovative education models such as outdoor education, industry 4.0 education models, and project-based education and to start working in this direction.

Article ID	: 63056
Article Type	: Araştırma Makalesi
Corresponding Author	: İsmail BİLGİÇLİ
Year	: 2022
Volume	: 1
Issue	: 1
Page	: 25-39
Arrival Date	: 18.06.2022
Revision Date	: 07.07.2022
Acceptance Date	: 12.09.2022
Published Date	: 30.09.2022
How to Cite This Article	: Bilgiçli, İ. (2022). Yerli Turistlerin Güvenlik Algılarının İncelenmesi: Taraklı Örneği. <i>International Journal Of Tourism And Destination Studies (IJOTADS)</i> , 1(1), 25-39.

IJOTADS is Licensed Under A Creative Commons Attribution- Non-Commercial 4.0 International License.

YERLİ TURİSTLERİN GÜVENLİK ALGILARININ İNCELENMESİ: TARAKLI ÖRNEĞİ

INVESTIGATION OF SECURITY PERCEPTIONS OF DOMESTIC TOURISTS: TARAKLI EXAMPLE

İsmail BİLGİÇLİ

Doktor Öğretim Üyesi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Karasu Meslek Yüksekokulu,
Sakarya/Türkiye. bilgicli@subu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-1697-032X

ÖZET

Turizm endüstrisinin ülkelerin ekonomik kalkınmalarındaki payı önemlidir. İnsan yaşamının vazgeçilmez olgularından olan güvenlik ihtiyacı turizm endüstrisinin gerçekleştirilmesinde önemli faktörlerdendir. Bu çalışmada Taraklı'yı ziyaret eden yerli turistlerin güvenlik konusundaki algılarının tespit edilmesi amacıyla kişisel görüşlerinin öğrenilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırma 1 Haziran 2022 ile 15 Haziran 2022 tarihleri arasında tesadüfi örneklem metodu kullanılarak yüz yüze yapılmıştır. Bu bağlamda görüşme formu düzenlenerek katılımcıların demografik bilgilerini, güvenlik algıları konusundaki kişisel değerlendirmelerini ve destinasyon güvenliği konusundaki genel uygulamaları tespit etmek amacıyla Yarı yapılandırılmış ve kapalı uçlu sorular içeren görüşme formu oluşturulmuştur. Örneklem olarak Taraklı'yı ziyaret eden 15 yerli ziyaretçi ile yüz yüze görüşülmüştür. Sonuç olarak; ziyaretçiler tarafından güvenliğin turistik ziyaretlerde önemli olduğu belirtilerek güvenli ortamın oluşmadığı durumlarda turizmin gerçekleşmesinin mümkün olmadığı ifade edilmiştir. Ziyaretçiler yaya olarak gezerken güvenlik açısından bir problemle karşılaşmadıklarını, kendilerini güvende hissettiklerini söylemişlerdir. Ziyaretçiler konaklama mekânlarında kendilerini güvende hissettiklerini belirtmişlerdir. Katılımcılar güvenlik konusundaki olumlu algıların desteği ile Taraklı'ya tekrar geleceğini belirtmiş, can ve mal güvenliği konusunda haklarının korunacağına inandıklarını ifade etmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Turizm ve Güvenlik, Güvenlik Algısı, Taraklı.

ABSTRACT

The share of the tourism industry in the economic development of countries is important. The need for security, which is one of the indispensable phenomena of human life, is one of the important factors in the realization of the tourism industry. In this study, it is aimed to find out the personal opinions of local tourists visiting Taraklı in order to determine their perceptions about security. The qualitative research method was used in the study. 1 June 2022 and 15 June 2022, the research was conducted face-to-face using the random sampling method. In this context, an interview form was prepared and an interview form with semi-structured and closed-ended questions was created to determine the demographic information of the participants, their personal evaluations of security perceptions and general practices on destination security. As a sample, 15 local visitors who visited Taraklı were interviewed face to face. As a result, it was stated that safety is important for tourist visits by visitors and that tourism is not possible to take place in cases where a safe environment is not formed. Visitors said that they did not encounter any problems in terms of safety when traveling

on foot, they felt safe. Visitors have stated that they feel safe in their accommodation. The participants stated that they would come to Taraklı again with the support of positive perceptions about security and expressed that they believed that their rights would be protected in terms of the safety of life and property.

Keywords: Tourism and Security, Perception of Security, Taraklı.

1. GİRİŞ

Turizm endüstrisi dış ticaret dengesine katkısı, istihdam alanları oluşturması, ekonomik çeşitliliği artırması gibi olumlu katkılarıyla sürekli gelişen bir endüstridir. Gelişmekte olan ülkeler başta olmak üzere tüm ülkelerin ekonomik gelişmeyi sağlamak adına öncelikle tercih ettiği endüstrilerin başında turizm gelmektedir. Turizm endüstrisi, doğrudan veya dolaylı olarak birçok farklı endüstrilerle alışveriş olanağı sağlaması ile diğer endüstrilerin de gelişmesine olanak sağlamaktadır (Bahar & Bilen, 2020). Ülkelerin ekonomik gelişimlerinde endüstrilerin karşılıklı ilişkisinin yapısal bağlılık çerçevesinde gerçekleşmesi önemlidir (Şen & Şit, 2015). Turizm endüstrisinin gelişmesi için oluşturulan politikaları turistlerin talepleri şekillendirmektedir. Günümüzde sürekli değişen turist taleplerinin değerlendirilmesi ve turizm politikalarının oluşturulmasında turistlerin güvenliği konusu ön plana çıkmaktadır. Güvenlik konusu sadece ülkenin asayışı ile ilgili değil birçok farklı yaşam alanlarını kapsamaktadır. Konaklama, ulaşım, gıda ve sağlık gibi temel unsurların güvenliği önemlidir. Konaklama işletmelerinin üretimlerinde hijyen ve sanitasyon konusundaki hassasiyetler turistlerin güvenlik algıları içerisinde dikkate aldıkları unsurlardandır. Turizm çok çeşitli süreçleri kapsayan bir olgudur. Turistlerin destinasyon tercihlerindeki değişimler birçok farklı değişkenden etkilenmektedir. Temel gereksinimlerden olan güvenlik, turistlerin bir bölgeyi tercih etme veya etmeme durumlarında belirleyici bir unsurdur (Bayhan & Ünlüönen, 2016). Turizm endüstrisinin gelişimi için güvenli bir ortam gereklidir. Turistlerin bilinmeyen ve yabancı bir ortama geldikleri zaman güvenlik unsurunun ön plana çıkması doğaldır. Turistler tatil programlarını belirlerken tatillerini güven içinde en iyi nerede yapacaklarına karar verirler. Güvenli ve emniyetli ortam olması turistlerin taleplerinde ve satın alma tercihlerinde etkilidir. Turistlerin turizm arz unsurlarından faydalanırken güvenli bir ortamda olduğunu hissetmesi tatmin duygusuna olumlu etki yaparak memnuniyetlerinin artmasını sağlayacaktır (Seçilmiş, 2005). Turistlerin destinasyon tercihi, kalış süreleri ve tekrar aynı yere gelme isteği gibi durumların oluşmasında güvenlik algısının önemine rağmen bu konuda Türkiye’de yapılan çalışmalar incelendiğinde çok az sayıda çalışmanın olduğu görülmektedir. Çalışmada kavramsal çerçeve başlığı altında güvenlik konusu, turizm ve güvenlik ilişkisi literatür taraması yapılarak ortaya koyulmuştur. Çalışmanın devamında katılımcıların Taraklı’yı güvenlik açısından nasıl algıladıklarını ortaya koyan bulgulara ve geliştirilen önerilere yer verilmiştir.

1.1. Kavramsal Çerçeve

1.1.2. Güvenlik

Güvenlik; insanların yaşamlarını sürdürürken tedirginlik ve korku unsurlarından uzak olması, kendilerini emniyet ve rahatlık içinde hissetmeleridir (Kılıç, 2000). Güvenlik toplumsal huzurun sağlandığı bir durumu oluştururken sağlık, insan hakları, çevre, terör, hava ve eğitim gibi birçok unsur da kapsamaktadır (McSweeny, 1999). İnsanların ihtiyaçlar sıralamasına göre güvenlik temel ihtiyaçlar arasındadır. İnsanların kendilerini güvende duyma ihtiyaçları, huzurlu ve güvenli bir ortam istekleri, dünyada varoluşları ile ortaya çıkmış bir oluşumdur (Kızılkaya & Sönmez, 2003). Güvenlik kavramı her insanın doğasında var olan, yaşam biçimlerini ve davranışlarını doğrudan etkileyen güdülerdendir. İnsanlar sosyal yaşamın gereği olarak düzenli ve emniyetli ortamlara ihtiyaç duyarlar. Düzenin temin edilmesi güvenlik hizmetleri ile sağlanabilmektedir (Yılmaz, 1994). Güvenlik, “sükûn, sağlık, huzur ve asayiş ile birlikte kamu düzeninin sağlanmasıdır”. Başta psikoloji olmak üzere birçok farklı disiplin açısından güvenlik insanların öncelikli temel ihtiyaçlarındandır. Güvenlik insanların fiziksel ve sosyal yaşamında önemli role sahiptir (Koyunoğlu, 2003). Güvenlik kavramı, algı olarak kamu düzeninin sağlanması adına sağlık, huzur ve asayişin oluşması için insanların canlarının ve mallarının korunmasıdır. Güvenliğin toplumsal açıdan algısı, kurallara uyulmasının ilgili kuvvetler tarafından denetlenerek uyulmasının sağlanması

ve yaptırımların uygulanmasıdır. Kamu düzeninin sağlanması adına güvenlik hizmetlerinin uygulanması toplumun paydaşları açısından huzurlu ortamların oluşturulması için önemli ve gereklidir. Güvenlik kavramı günümüz dünyasında küreselleşme ile birlikte değişime uğrayarak devletlerin güvenlik algılamalarının da değişmesine neden olmuştur. Küreselleşme ile birlikte serbestçe dolaşan insanlar, mal varlıkları ve hizmetler nedeniyle devletler arasındaki etkileşim ve iletişimin artması kaçınılmaz olmuştur. Bunun sonucu olarak güvenlik sadece devletin sorunu olmaktan çıkarak tüm devletlerin ortak güvenliklerini oluşturan güvenlik sisteminin oluşmasına neden olmuştur. Uluslararası insan ticareti, yasa dışı göç, uluslararası terörizm gibi uluslararası güvenlik sorunları ortaya çıkmıştır (Kasım, 2006). Toplumunu oluşturan bireyler başta olmak üzere tüm kesimler kendilerini güvende hissetme isteğine sahiptirler. Günümüzde güvenlik sadece devletlerin fiziksel varlıklarını sürdürmelerini sağlamak değil varoluşsal değerleri, toplumsal yapıları, hayat biçimleri ve standartlarını koruma olarak ifade edilmektedir (Karabulut, 2009).

1.1.3. Turizm ve Güvenlik

İnsanların sürekli oturdukları yerlerin dışında başka bölgelere yaptıkları seyahatler ve gittikleri bölgelerde oluşan konaklama başta olmak üzere diğer ihtiyaçlarını karşılamasından kaynaklı üretim ve tüketim faaliyeti turizm kavramı ile açıklanmaktadır. İnsanların varoluşundan itibaren çeşitli nedenler ile yer değiştirdiği bilinmektedir. Sanayileşme süreci beraberinde çalışma süresinin kısalmasını, boş zamanın artmasını sağlamış, turizm bilincinin oluşması ile birlikte çeşitli nedenlerle insanlar seyahatlere çıkmışlardır. Günümüzde artarak devam eden seyahatler, turistik arz kaynaklarına sahip ülkeler için turizm önemli bir endüstri haline gelmiştir. Turizm son yüzyılda arz değerlerine sahip ülkeler için önemli bir endüstri durumundadır (Küçükaltan, 2012). Günümüzde dijital iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte ülkeler turizm endüstrisine daha fazla yatırım yapmaktadır. Sadece gelişmiş ülkeler değil gelişmekte olan ülkelerin de turizm endüstrisine yatırım yaparak alternatif pazarlar oluşturması turizmin potansiyel talebinin çeşitlenmesine neden olmaktadır (Çeken vd., 2008). Turizm talebinin çeşitli faktörlerden etkilenerek oluşturduğu elastik yapının varlığı turizm işletmelerinin talep tahminlerini iyi analiz etmeleri ve planlamaları gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. (Demir & Demir, 2005). Küreselleşen dünya ekonomisinde turizm hizmet üreticileri, aracı işletmeler ve turistler arasında teknoloji temelli bilgi alışverişini sağlayacak yöntemler geliştirmektedir (Yılmaz & Öncüer, 2003). Turizm ülkelerin ve destinasyonların ekonomileri açısından önemli ve belirleyici bir paya sahip olmasıyla birlikte sosyal, ekonomik, kültürel ve teknolojik unsurların da etkilediği gelişen bir endüstridir. Dünyada ülkelerin yaşadığı ekonomik ve teknolojik gelişmeler refah düzeylerini artırarak ekonomide çeşitlilik meydana getirmektedir. Turizm de oluşan bu gelişmelere bağlı olarak arz faaliyetlerini çeşitlendirerek turistlerin talepleri yönünde değişimler göstermektedir. Turizm faaliyetlerinde oluşan çeşitlilik turistlerin aldıkları hizmete karşılık tatmin sağlarken, turizm endüstrisinden beklentilerinin de her geçen gün yükselmesine neden olmaktadır. Günümüzde insanların daha çok zamana sahip olmaları ve ekonomik seviyelerinin yükselmesi nedeniyle turizme olan ilgi sürekli artmaktadır. Turizm endüstrisinde faaliyet gösteren işletmelerin asıl amacı olan kârlılık ile müşterilerin hedeflenen memnuniyet seviyesine ulaşabilmeleri için sunulan hizmete karşılık talep beklentilerinin de uyum sağlaması önemlidir.

Ulaşım ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi sonucu seyahat sürelerinin kısalması ve ucuzlaması, kişi başına düşen gelir seviyelerinin artması, boş zamanların ve ücretli izin haklarının artması ulusal ve uluslararası düzeyde turizmin gelişmesini desteklemektedir. Ülkelerin turizmi küresel rekabet yapısı içinde destekleyici faaliyetlerle düzenlemesi turizmin gelişmesine neden olmakta ve çarpan etkisiyle ekonomileri canlandırmaktadır. Turizm, ulaştığı büyüklük bakımından önemli bir ekonomik faaliyet alanı olmakta ve ülkeler turizmden daha fazla pay alabilmek için çeşitli faaliyetlerde bulunmaktadır (Öztürk, 2020). Turizm faaliyet gösterilen ülkelerin ekonomilerine katkı sağlamakla birlikte toplumsal oluşumların gelişimlerinde çeşitli kazanımlar sağlamasına neden olmaktadır (Komşu ve Komşu, 2019). Turizm, gelişen ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomileri açısından önemlilerinin yanında dünyada en hızlı gelişen ve gelişmeye devam edeceği öngörülen endüstrilerdendir (Eroğlu & Kaynar, 2021). Günümüzde ülkeler, toplumlar,

bireyler ve ekonomiler arasında giderek yoğunlaşan ilişkiler oluşmaktadır (Çeken ve ark., 2008). Seyahat isteği gösteren turistler için, tercih edilen destinasyonun güvenliği ve siyasi koşulların istikrarı çok önemlidir. Ülkelerde yaşanan politik sorunlar seyahat tercihlerini etkileyebilmektedir. Ülkelerin yaşadığı istikrarsızlıklar (terör eylemleri, salgın hastalık, doğal afetler, çatışmalar) turistler açısından güvenlik ile ilişkilendirilecek konulardır (Hayta, 2008). Bir ülkede turizm faaliyetlerinin yapılabilmesi için gereken unsurlardan birisi de güvenlidir. Güvenliğin olmadığı düşünülen ortamlarda turizmden bahsetmek zordur. Bu nedenle emniyet ve güvenlik unsurları turizm talebinin tercihinin şekillenmesinde etkili faktörlerdendir. Turizm endüstrisinde yoğun rekabetin varlığı ve alternatiflerin çokluğu gibi nedenlerden talebin esnekliği artmaktadır. Bu esnekliğe bağlı olarak destinasyonlarda yaşanan küçük asayiş sorunları dâhi talebin diğer alternatiflere yönelmesine neden olmaktadır. Turizm endüstrisinde yaşanan yoğun rekabetin yarattığı koşullara ilave olarak turistlerin tercihlerinde güvenlik algılarının kendiliğinden veya dış faktörlerden etkilenerek devreye sokmaları işletmelerin risklerini artırmaktadır. Destinasyonlar, bazı turist grupları için güvenli olarak değerlendirilirken başka grupların güvensiz olarak değerlendirmeleri mümkün olabilmektedir. Turistlerin farklı güvenlik algılarının iyi analiz edilerek kişisel değerlendirmelere göre pazarlama ve satış stratejileri oluşturulması turizm işletmelerine avantaj sağlayabilmektedir. Turizm ve güvenlik ilişkisinin ayrılmazlığı konusunu ülkeler ve işletmeler pazarlama stratejilerine dönüştürerek tanıtım kampanyaları ve reklamlarında kullanabilmektedirler.

Turistlerin geçici süre kalmak üzere gitmiş oldukları bölgelerde yabancı ortamın getirdiği ruh hâli içinde, kendilerine karşı işlenen suçlara karşı yasal yolları kullanmamaları tehditlerin artışına neden olabilmektedir (Rızaoğlu, 2003). Turistlerin gittikleri destinasyonlarda güvenlik içinde olma istekleri turizm ile güvenlik arasındaki organik ilişkiyi ortaya koymaktadır. Kendi ikametinin dışında bulunan ve geçici süre konaklayan turistlerin güvenlik başta olmak üzere, tüm ihtiyaçlarının en iyi şekilde karşılanması, beklenen manevi tatminin en yüksek düzeyde gerçekleştirilmesi, turizmin en önemli hedefleri arasındadır (Olalı, 1985). Turizm talebinin şekillenmesinde algılar ve tutumlar etkilidir. Ülkelerin turizm politikalarının hedefleri arasında turistlerin güvenlik algılarını etkilemek de bulunmaktadır (Arslan, 2003). Turistlerin ihtiyaçlarının en üst düzeyde karşılanması ile tatmin algıları ve memnuniyetlerinin artışı sağlanmaktadır. Turistlerin hizmetleri algılayarak memnun olmalarını destekleyecek önemli konu güvenlik içinde olduklarını hissetmeleridir. Turistlerde güvensiz ortam algısı olduğu bir durumda hizmetlerden fayda ve tatmin sağlama konusunda olumlu düşüncelerinin çok hızlı bir şekilde olumsuzluğa dönüşebilmesi mümkündür. Bu durum turistlerin tatmin düzeylerinin düşük düzeylerde oluşmasına neden olabilmektedir (Bayhan & Ünlüöner, 2016). Yabancı bir yerde bulunan turistlerin yaşadığı psikolojik baskılar neticesinde meydana gelen küçük olaylar, karamsarlık düşüncelerine sahip olmalarına neden olabilmektedir. Can ve mal güvenliğinin yetersiz olduğu algısına sahip turizm bölgelerini turistlerin tercih etmesi olağan bir durum değildir (Koyunoğlu, 2003). Güvenlik algısı turist tercihlerinde etkili olurken diğer faktörler olan fiyatların uygunluğu veya destinasyonların çekiciliklerinin de önüne geçebilmektedir. Destinasyonlar çok çeşitli çekiciliklere sahip olması ve uygun fiyatlar sunmalarına rağmen olumlu güvenlik algısı vermiyorsa turistler tarafından tercih edilmemektedir. Dünyanın birçok farklı ülkesinde insanlar diğer ülke ve insanları takip ederek gelişen teknoloji ile birlikte farklı tüketim alışkanlıkları geliştirmişlerdir (Unat, 2006). Değişen dünya ve yaşam koşulları tüketici tercihlerini etkilemiş, turistlerin psikolojik tercihleri ile bölgenin imajı ve güvenli olması önem kazanmıştır. Turizm destinasyonlarında yaşanan güvenlik sorunları seyahat kararlarını etkileyerek talebin azalmasına neden olmuştur (Pizam, 1999). Turizme katılım isteği gösteren gelir seviyesi yüksek ülke insanların güvenlik hassasiyetleri yüksektir. Turistlerin seyahat ve tatil tercihlerini yaparken güvenlik ile ilgili sorun yaşanmayan bölgeleri tercih ettikleri görülmektedir. Bu turistler iletişim sistemlerinde oluşan gelişmelere bağlı olarak genellikle seyahat kararı öncesinde ilgi duydukları destinasyonlar hakkında detaylı araştırma yapmaktadırlar. Turistler turizm destinasyonlarında güvenlik açısından risk altında olmak istememektedirler. Turizm altyapısı ve üstyapısı açısından yeterli, doğal güzellikler ve kültürel çekicilik unsurlarına sahip destinasyonlarda güvenlik konusunda sorunlar bulunması turistlerin bu bölgeleri tercih

etmemelerine neden olmaktadır (Kuveloğlu, 2004). Turizm endüstrisi olumsuzluklar yaşanması durumunda, tercihlerin etkilenmesi konusunda çok hızlı değişim göstermektedir.

Teknolojide meydana gelen gelişmelere istinaden dünyanın küçük bir köy hâline dönüşmesiyle, herhangi bir yerde yaşanan olayın kısa bir süre içinde dünyanın diğer bölgelerine bilgi olarak hızla yayılabilmesi turistlerin tercihlerinin yönlendirilmesinde etkili olmaktadır. Turizmin tüm olaylara karşı tepki vermede kırılğan yapısı, olumsuz güvenlik konusunda da aşırı tepki vermesi gibi bir sonucu oluşturmaktadır. Bu hassasiyet nedeniyle güvenlik sorunları endüstriyi olumsuz etkilemektedir (Eralp, 1983). Bir destinasyonda güvenlik sorununun yaşanması durumunda turistlerin büyük bir kısmı tercihlerini başka bölgelere yönlendirmektedir. Bu durum destinasyonlar arasındaki rekabet açısından diğer bölgeleri avantajlı duruma getirmektedir (Kaşlı ve ark., 2009). Ülkelerin ulaşım sistemlerinin de diğer alanlar gibi güvenli olması ülkenin tanıtımı, imajı ve turist tercihlerinde belirleyici olmaktadır (Subaşı, 2007). Turizmde güvenlik konusu ile ilgili yapılan araştırmalarda; Goodrich (2002) Amerika'da gerçekleşen 11 Eylül terör saldırılarının etkilerini incelediği çalışmada güvenlik ve asayiş sorunlarının turizme etkileri konusuna açıklık getirmektedir. Bach (2003) insanların güvenliğinin küresel hareketliliğe yönelik yeni uluslararası yaklaşımlar geliştirmeye nasıl yardımcı olabileceğine örnek teşkil edecek politikaları incelediği çalışmada şiddet ve terör olaylarının turizme etkilerini incelemektedir. Yazar araştırmasında turizm politikalarındaki güvensizlik durumlarının turizme etkilerini açıklamaktadır. Evans & Elphick (2005) İngiltere merkezli önde gelen tur operatörlerinin terör saldırılarına tepkilerinin tartışıldığı ve stratejilerinin gözden geçirildiği çalışmalarında krizler ve risk unsurlarının turizme etkileri gibi konular üzerinde yoğunlaşmaktadır. Seçilmiş (2005) turistlerin ziyaret ettikleri yörelerdeki güvenlik algılamaları ve turizmde güvenlik eğitimi konulu çalışmada, İstanbul'u ziyaret eden turistlerin güvenlik algılarını incelemiş turistlerin ziyaretlerinde dikkate alacakları önemli etmenlerden birisinin güvenlik olduğu tespitinde bulunmuştur. Öncel (2010) "İstanbul ve Antalya havalimanlarında görevli güvenlik personelinin etik kuralları algılama biçimlerinin değerlendirilmesi konulu çalışmada", görevli personellerin etik davranışlara göstereceği hassasiyetin ziyaretçiler açısından ülkenin güvenilirliği konusunda olumlu imaj oluşturarak ekonomiye katkı sağlayacağı yönünde bir sonuca ulaşmıştır.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı; Taraklı'yı ziyaret eden turistler ile görüşmeler yaparak turistik faaliyetleri esnasında güvenlik algıları ile ilgili düşüncelerini tespit etmek ve kişisel olarak yaşadıkları turizm deneyiminin güvenlik boyutunun değerlendirmesini yapmaktır. Araştırma Türkiye'nin önemli turizm arz değerlerine sahip Sakarya ili Taraklı ilçesini ziyaret eden turistleri kapsamaktadır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi uygulanmıştır. Çalışmaya katılan turistlerin değerlendirmelerinin analizinin yapılması ile derin bir anlama ulaşma amaçlanarak, bakış açılarının öznel olarak tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada örneklem sayısının tespitinde Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Turizm Fakültesinden uzman akademisyenlerin görüşleri alınarak on beş katılımcı ile çalışmanın yapılması kararlaştırılmıştır.

2.2. Araştırmanın Örneklemi ve Veri Toplama Süreci

Taraklı ilçesinin turizm açısından çok fazla tercih edilmesi sebebiyle konu ve kapsam açısından uygun olması araştırmanın nitel yöntemler ile yapılmasının daha verimli olacağı şeklinde değerlendirilmiştir. Çalışmada örneklem olarak Taraklı'yı ziyaret eden turistler arasından tesadüfi örneklem yöntemiyle seçilen on beş kişi ile görüşülmüştür. Çalışma 1-15 Haziran tarihleri arasında yüz yüze yapılmıştır. Çalışma sonucu elde edilen veriler betimsel analiz yöntemiyle düzenlenmiş, tahlil edilmiş ve özetlenerek sunumu gerçekleştirilmiştir. Araştırmada katılımcı turistlerin bakış açılarını tespit etmek için aşağıdaki sorular yöneltilmiştir;

➤ Turizm faaliyetine katılmak için güvenlik konusunda düşünceleriniz nelerdir? (Önemli, Önemli Değil, Fikrim yok)

- Taraklı'da güvenlik sorunu ile karşılaştınız mı? (Evet, Hayır, Fikrim yok)
- Taraklı'da yaya olarak gezmek konusunda düşünceleriniz nelerdir? (Güvenli, Güvensiz, Fikrim yok)
- Taraklı'da araç trafiği konusunda düşünceleriniz nelerdir? (Güvenli, Güvensiz, Fikrim yok)
- Taraklı'da konaklama konusunda düşünceleriniz nelerdir? (Güvenli, Güvensiz, Fikrim yok)
- Taraklı'da turistik ziyaret alanları konusunda düşünceleriniz nelerdir? (Güvenli, Güvensiz, Fikrim yok)
- Taraklı'da güvenlik ile ilgili bir problem ile karşılaştığınızda hakkınızın korunması konusunda düşünceleriniz nelerdir? (Korunur, Korunmaz, Fikrim yok) (Korunmaz ise neden)
- Taraklı'ya tekrar gelmeyi düşünüyor musunuz? (Evet, Hayır, Fikrim yok) (Hayırsa neden)

Çalışmanın katılımcılar ile görüşme aşaması değerlendirmelerin yansız olması amacıyla görüşmelerde esnek davranılarak yönlendirme yapmadan soruların sorulması ile doğal bir ortam oluşturulmuştur. Çalışmanın güvenilir olması açısından kaç kişiyle, ne zaman ve nerede görüşüldüğü çalışmanın bulgular kısmında detaylı açıklanarak analiz süreci tamamlanmıştır. Çalışmada veriler Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan 30.05.2022 tarih ve E-26428519-044-48356 sayılı Etik Kurul onayından sonra Taraklı'da yüz yüze toplanmıştır.

2.3. Araştırma Alanı Seçim Süreci

Taraklı ilçesinin Helenistik dönem zamanında Bytina bölgesi içinde olduğu bilinmektedir. Hisar Tepe bölgesindeki iki sarnıcın tarihi okumalarına göre Taraklı'nın geçmişi M.Ö. 2000'li yıllara kadar uzanmaktadır. Osmanlı'nın ilk yıllarına kadar giden bir Taraklı geçmişi varken Osmanlı Devleti'nin kuruluşundan önce de Ertuğrul Gazi zamanında Samsa Çavuş'un bu bölgeye akınlar düzenlediği, Taraklı'nın Bizanslılardan alınarak Osmanlı Beyliği'nin topraklarına katıldığı bilinmektedir. Evliya Çelebi ünlü Seyahatnamesinde Taraklı'da halkın şimşir kaşık ve tarak yapmadaki maharetinden dolayı bu bölgenin Yenice Tarakçı olarak anıldığı belirtilmektedir.



Fotoğraf 1. Taraklı Mekânlar

Kaynak: Taraklı Belediyesi, (2022).

Tarihi Taraklı ilçesi 2021 verilerine göre 6861 nüfuslu, eski Osmanlı evleriyle ünlü dokusu bozulmamış Osmanlı kasabası olarak kültür turizminin önemli ve gözde destinasyonlarından. Taraklı ses ve çevre kirliliğinden uzak konumuyla İtalya merkezli Cittaslow (Sakin Şehir) ağına dâhil olan turizm destinasyonudur.

3. BULGULAR

Çalışmada katılımcıların demografik bilgileri kapsamında cinsiyet, yaş, eğitim seviyesi, meslek

bilgilerinin yanında Taraklı'yı ziyaret sayıları ve asıl ikametgâhları gibi durumlarının öğrenilmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada yüz yüze görüşmeyi kabul eden katılımcıların demografik özellikleri ve ziyaret sayıları ile ikametgâhlarının detayları aşağıdaki tabloda verilmektedir. Araştırma bulgularına göre; katılımcıların dokuzu erkek, altısı kadındır ve katılımcıların yaş aralıkları; 18-30; üç kişi, 31-45; yedi kişi ve 45 yaş üzeri beş kişidir. Katılımcıların eğitim düzeyleri; ilköğretim % 13,5 (n=2), ortaöğretim %53 (n=8) ve yükseköğretim %35 (n=5) olarak tespit edilmiştir. Katılımcı turistlerin mesleklerinin dağılımları incelendiğinde %40'ının (n=6) memur, %33'ünün (n=5) işçi, %13,5'inin (n=2) serbest meslek ve %13,5'inin (n=2) emekli olduğu belirlenmiştir. Katılımcılar Taraklı'yı ziyaret sayısı sorusuna altı kişi ilk sefer, altı kişi ikinci sefer ve üç kişi ise üçüncü sefer geldikleri yönünde beyanları olmuştur. Bu sonuca göre Taraklı'nın sahip olduğu doğal ve kültürel değerler ile ziyaretçilerini defalarca çekebilme cazibesine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Taraklı'yı ziyaret sayılarında iki emekli katılımcının üçüncü sefer Taraklı'ya gelmelerinde emekli olmalarının, bu bağlamda daha fazla boş zamana sahip olmalarının etkili olduğu söylenebilir. Çalışmada katılımcıların Taraklı'yı ziyaret etmek için geldikleri iller sıralamasında ilk sırada Sakarya (n=4) ve İstanbul (n=4), ikinci sırada Kocaeli (n=3), üçüncü sırada Bolu (n=2) ve dördüncü sırada Bilecik (n=1) ile Bursa (n=1) yer almıştır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri (n=15)

Sayı	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Meslek	Taraklı'yı Ziyaret Sayısı	İkamet Yeri
K1	Erkek	45	Ön lisans	Memur	1	Bilecik
K2	Kadın	36	Lisans	Memur	2	Kocaeli
K3	Erkek	47	Lisans	Memur	1	Bursa
K4	Kadın	50	Lise	İşçi	3	Sakarya
K5	Kadın	33	Lisans	Memur	1	İstanbul
K6	Erkek	41	Ortaokul	İşçi	2	Kocaeli
K7	Erkek	28	Lise	Serbest Meslek	2	Sakarya
K8	Kadın	27	Ön lisans	Memur	1	İstanbul
K9	Erkek	34	Lise	İşçi	1	Bolu
K10	Kadın	35	Lise	Serbest Meslek	2	Kocaeli
K11	Erkek	56	İlkokul	Emekli	3	Sakarya
K12	Erkek	41	Lise	Memur	2	İstanbul
K13	Kadın	24	Lise	İşçi	1	Bolu
K14	Erkek	47	Lise	İşçi	2	Sakarya
K15	Erkek	60	İlkokul	Emekli	3	İstanbul

Araştırmada katılımcılar K1, K2,,..... K15 şeklinde ifade edilmiştir. Turizm faaliyetine katılmak için güvenlik konusunda düşünceleriniz nelerdir? sorusuna katılımcıların tamamı turizm faaliyetlerine katılmak için güvenliğin en önemli unsur olduğu yönünde görüş belirtmişlerdir. Bu konuda katılımcıların bazılarının ifadeleri şu şekilde olmuştur:

K4: *“Ben ailemi güvenli olmayan bir ortama gezmeye kesinlikle götürmem. Güvenlik turizm yapılması için bence önemlidir.”*

K14: *“Günümüzde iletişim çok gelişti. Her yerde olanı haber alıyoruz. Turizme katılmak için güvenlik bence olmazsa olmazdır.”*

K15: *“Tatil için gittiğim yerde can ve mal güvenliği ararım. Güvenlik önemlidir.”*

Katılımcılara sorulan Taraklı'da turizm faaliyetlerini gerçekleştirirken herhangi bir güvenlik sorunu ile karşılaştınız mı? şeklindeki soruya katılımcıların tamamı hayır şeklinde cevap vermişlerdir. Taraklıda güvenlik sorunu ile karşılaşma konusunda katılımcıların bazılarının ifadeleri şu şekilde olmuştur:

K1: *“Her şey çok güzel gidiyor. Hiçbir rahatsız edici durum ile karşılaşmadım. Kendimizi iyi hissediyoruz. Bir sorun olmuş olsa hemen giderim. Bir dakika bile durmam.”*

K3: *“Buraya geleli iki gün oluyor. Bırakın güvenlik sorununu her şey o kadar sakın ki. Biz sorun çıkaracağız gerçekten. Biz büyük şehirlerde bu kadar sakın ve sessiz ortamlara alışkın değiliz. Güvenlik sorunu ile karşılaşmadık.”*

K11: *“Taraklı gerçekten çok sakın bir yer. Biz önce eşimle birlikte geldik. Daha sonra torunlarım da geldi. Burada termal tesiste kalıyoruz. Hiçbir güvenlik problemi ile karşılaşmadık. Hiçbir zaman da karşılaşacağımızı düşünmüyorum. Bizim üçüncü gelişimiz. Sürekli gelmeyi de düşünüyoruz.”*

Katılımcı turistlere Taraklı'da yaya olarak gezerken güvenlik konusundaki düşünceleri sorulmuştur. Katılımcıların tamamı güvenli bir şekilde yaya olarak gezebiliyoruz şeklinde cevap vermişlerdir.

Turistlerin yaya olarak Taraklı'yı gezerken güvenlik konusunda verdikleri cevaplardan bazıları aşağıda yer almaktadır:

K12: *“Biz dört gündür buradayız. Kendimiz rahatça dolaşabildiğimiz gibi çocuklarımızın da yanımızdan ayrı bir şekilde gezebilmesine izin verebiliyoruz. Yaya olarak turistik mekânları dolaşırken güvenlik ile ilgili bir endişe duymuyoruz.”*

K8: *“Biz Taraklı'ya aile dostlarımızın daha önce yaptığı ziyaretten tavsiye alarak geldik. İyi ki gelmişiz. Taraklı merkezinde gezilecek bölgelerin birbirine yakınlığı yaya olarak rahatça gezmemize olanak sağlıyor. Çok rahat ve güvenli bir şekilde gezabiliyoruz.”*

K5: *“Taraklı yaya gezinti için ideal bir ortam oluşturuyor. Biz İstanbul'da çok kalabalık bir ortamda yaşarken herkesin birbirine potansiyel tehlike gözüyle bakması çok rahatsız ediyor. Burada insan olarak böyle bir ortam ve hissiyat içinde hiç olmadık. Çok rahat bir şekilde gezabiliyoruz. İstanbul'da hemen kendimizi evlerimize atarken burada dışarıda çok fazla zaman geçiriyoruz.”*

Katılımcılara güvenlik temelinde sorulan Taraklı'da araç trafiği konusunda düşünceleriniz nelerdir? sorusuna verilen cevaplara göre katılımcıların %33'ü (n=5) güvensiz olarak ifade ederken %67'si (n=10) güvenli şeklinde beyanda bulunmuşlardır. Araç trafiğinin güvenli olması veya güvensizliği şeklinde beyanlar veren katılımcıların bazılarının ifadeleri aşağıdaki gibidir:

K15: *“Ben araçların gelişigüzel her yere park etmesini güvenlik açısından sakıncalı buldum. Bazı araçlar kaldırımını işgal edecek şekilde park yapmış.”*

K.8: *“Bence araç trafiği fazla değil fakat herkes her yeri park alanı olarak kullanmış. Bu bir düzensiz görüntü veriyor. Beni rahatsız etti açıkçası. Bu kadar yoğunluğun az olduğu ve sakin bir yerde araçların trafikte akışı park alanı düzenlemesi neden yapılmaz.”*

K6: *“Ben araç trafiği açısından güvenli bir ortam olarak gördüm. Ben Kocaeli'nde oturuyorum. Bizim orada araç trafiği hem çok kalabalık hem de çok düzensiz. Çok sık kavgalar bile çıkıyor. Buradaki araç trafiği bizim oraya göre yok gibi. Bence sorun değil. Güvenli bir araç trafiği var.”*

Araştırmada katılımcılara sorulan Taraklı'da konaklama tesislerinde güvenlik konusunda düşünceleriniz nelerdir? sorusuna verilen cevaplar incelendiğinde katılımcıların tamamı kendilerini konaklama işletmelerinde güvende hissettiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların bazılarının konaklama işletmelerinde kendilerini güvende hissedip hissetmedikleri konusundaki görüşleri şöyledir:

K2: *“Taraklı'da termal konaklama işletmesinde kalıyoruz. Kocaeli'nden geleli 2 gün oldu. Kendimizi hem fiziksel açıdan hem de psikolojik açıdan çok rahatlamış hissediyoruz. Güvenli olmasa bunu hissetmemiz mümkün değildir diye düşünüyorum.”*

K7: *“Güzel Sakarya'mızın güzel bir ilçesinde bulunmaktan çok memnunuz. Burada termal tesiste kalıyoruz. Konaklama işletmesinde güvenlik açısından herhangi bir sorun yaşamadık. Çok rahatız gerçekten. Evimizde gibiyiz.”*

K14: *“Taraklı'ya bir gece kalırız diye gelmiştik. O kadar rahat ettik ki bir gece daha kalmaya karar verdik. Daha sonraki zamanlarda, zaman planlaması yaparak, daha fazla zaman ayırarak tekrar geleceğiz. Güvenlik açısından bir sorun gözlemedik.”*

Katılımcı turistlere sorulan Taraklı'da turistik ziyaret alanlarını güvenli bulma konusundaki düşünceleriniz nelerdir? sorusuna verilen cevaplara göre yerli turistlerin tamamı turizm ziyaret bölgelerinin güvenliği konusunda sorun bulunmadığını belirtmişlerdir. Katılımcılardan bazılarının bu soruya verdikleri cevaplar şöyledir:

K10: *“Turistik ziyaret alanlarında güvenlik sorunu görmedim. Her şey iyi düşünülmüş ve planlanmış. Güvenlik yönünden uyarı ve yönlendirme levhaları gayet güzel yapılmış. Bence her şey güzel. Güvenlik sorunu yok.”*

K13: “Biz Bolu’dan Mudurnu ziyaretine çıkmıştık. Oradan Göynük ve Taraklı istikametine devam etmeye karar verdik. İyi ki gelmişiz. Taraklı’da turistik mekânları ziyaret esnasında güvenlik konusunda problem oluşturacak bir durum ile karşılaşmadık. Her şey gayet güzel ve güvenli durumda.”

K9: “Biz Bolu’da oturuyoruz. Yakın çevremizde bu şekilde bozulmamış yerlerin bulunmasını şans olarak değerlendiriyorum. Gerçekten günümüze kadar bozulmadan kalmış böyle bölgelerimizin olması ve bunları gelecek kuşaklara aktarabilecek olmamız çok önemli. Güvenli bir şekilde turistik mekânları ziyaret edebiliyoruz. Bir sorun görmedik.”

Araştırma kapsamında katılımcı yerli turistlere sorulan Taraklı’da güvenlik ile ilgili bir problem ile karşılaştığınızda hakkınızın korunması konusunda düşünceleriniz nelerdir? ile ilgili soruya katılımcıların tamamı haklarının korunacağı konusunda görüş birliği sergilemişlerdir. Turistler güvenlik ile ilgili bir mağduriyet yaşarlarsa Taraklı’da haklarının korunacağına inanmaktadır. Turistlerin araştırma esnasında bu konuda sorulan soruya verdikleri bazı cevaplar şöyledir:

K4: “Bu soruya şaşırdım gerçekten ama içtenlikle söyleyebilirim. Ben hukukun üstünlüğüne inanırım. Her yerde haklarımın korunacağına inanırım. Fakat Taraklı gibi küçük ve şirin bir yerde haklarımın çiğneneceğine inanmıyorum. Olursa da haklarımın sonuna kadar korunacağına inancım tamdır.”

K9: “Taraklı’da bir haksızlığa uğrarsam kolluk güçlerinden önce Taraklı halkı benim haklarımı korur ve iade eder. Ben buna inanıyorum. Burada yaşanacak sorunlarda halkın ilgi ve yardımseverliği en üst seviyede. Bu düşüncedeki bir halkın yaşadığı yerde hakların çiğnenmesi söz konusu bile olamaz.”

K13: “Taraklı’da hak çiğnenmez. Haksızlık yapılmaz. Burada her şey sanki eski zamanlardaki gibi. Bütün insanlar dinini düzgün yaşıyor ve yaşatıyor. Böyle insanların olduğu yerde haksızlık yapılır mı? Yapılmaz.”

K1: “Taraklı bölgesine üçüncü gelişim ve kalışım. İstanbul gibi günün büyük bölümünde haksızlıklara uğradığımız bir yerden Taraklı gibi bir yere gelince ve karşılaştığımızda hiçbir haksızlık göstergesi dâhi göremiyorum. Burada her yıl gelip kalıyorum. Hiçbir kimsenin benim hakkımı yemeyi bırakın fazla verdiğim parayı bile aldığını görmedim. Nazıkçe ret ediyorlar.”

Katılımcılara araştırma kapsamında sorulan Taraklı’ya tekrar gelmeyi düşünüyor musunuz? sorusuna katılımcıların tamamı tekrar Taraklı’ya gelmeyi düşündüklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların Taraklı’ya tekrar gelme konusundaki görüşleri şu şekildedir:

K12: “Gelmem mi? Tabii ki geleceğim. Zaten gitmek istemiyorum. Ayaklarım geri geri gidiyor. Gerçekten burasının sakinliği insanda bağımlılık yapıyor. En kısa sürede nasıl geri dönerim. Bunun planını yapıyorum.”

K11: “Tekrar kesinlikle geleceğim. Buraya gelen zaten bir daha kesin gelir. Geçmişimden bir parça gibi. Çocukluğumdaki gençliğimi yaşıyorum ben burada. Her şey ne kadar doğal. Geleceğim.”

K7: “Taraklı ile ilgili bir inceleme yapsalar suyundan içenin bir daha kesinlikle geleceği yer burasıdır derim.”

Araştırma kapsamındaki sorular ile ilgili katılımcıların düşüncelerinin kategori ve kodlar açısından yansıtıldığı tablo aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur. Tablodaki verilerde katılımcılara sorulan sorular, katılımcıların verecekleri cevapların kategorileri ve kodları ile verilen cevapların yer aldığı açıklamalar detaylandırılmaktadır. Araştırmada katılımcıların %100’ü (n=15) bir destinasyonda turizm faaliyetinin yapılabilmesinde güvenlik önemlidir şeklinde görüş belirtmişlerdir. Dünyadaki genel kanaate uygun olarak katılımcılarında güvenli ortamın turizm faaliyetlerinin yapılmasında temel unsur olduğunu düşündükleri anlaşılmaktadır. Katılımcıların %100’ünün (n=15) Taraklı’da turizm faaliyetleri esnasında güvenlik sorunu ile karşılaşmadıklarını belirtmeleri, Taraklı destinasyonunun imajı açısından olumludur. Taraklı’yı ziyaret eden yerli turistlerin %100’ü (n=15) yaya olarak gezerken, konaklama esnasında, turistik mekânları ziyaret esnasında, güvenlik

konusunda haklarının korunmasında ve tekrar Taraklı'ya gelme konusunda ortak görüş belirtmişlerdir.

Tablo 2. Katılımcıların Araştırma Sorularına İlişkin Düşünceleri (n=15)

Tema	Kategori ve Kodlar	Katılımcılar
Turizm için güvenlik konusunda düşünceleriniz	Önemli Önemli değil Fikrim Yok	K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7,K8,K9,K10,K11,K12,K13,K14,K15
Güvenlik sorunu ile karşılaştınız mı?	Evet Hayır Fikrim Yok K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7,K8,K9,K10,K11,K12,K13,K14,K15
Taraklı'da yaya olarak gezmek konusunda düşünceleriniz.	Güvenli Güvenli değil Fikrim Yok	K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7,K8,K9,K10,K11,K12,K13,K14,K15
Taraklı'da araç trafiği konusunda düşünceleriniz.	Güvenli Güvenli değil Fikrim Yok	K1,K2,K3,K4,K6,K7,K9,K10,K13,K14 K5,K8,K11,K12,K15
Taraklı'da konaklama konusunda düşünceleriniz.	Güvenli Güvenli değil Fikrim Yok	K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7,K8,K9,K10,K11,K12,K13,K14,K15
Taraklı'da turistik ziyaret alanları konusunda düşünceler.	Güvenli Güvenli değil Fikrim Yok	K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7,K8,K9,K10,K11,K12,K13,K14,K15
Güvenlik probleminde hakkınızın korunması koşunda düşünceler.	Korunur Korunmaz Fikrim Yok	K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7,K8,K9,K10,K11,K12,K13,K14,K15
Taraklı'ya tekrar gelmeyi düşünüyor musunuz?	Evet Hayır Fikrim Yok	K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7,K8,K9,K10,K11,K12,K13,K14,K15

Katılımcılar sadece araç trafiğini güvenli bulma konusunda ortak görüş belirtmemiş, %33'ü (n=5) araç trafiğini güvenli bulmadığını ifade etmiştir. Araç trafiğinin güvenli bulunmamasının sebepleri olarak katılımcı görüşlerine göre; araçların kaldırılmaları kaplayacak şekilde düzensiz park edilmesi ve çift sıralı park edilmesinden kaynaklı yol genişliğinin azalması güvenlik açısından sakıncalı bulunmuştur.

4. SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Turizm endüstrisi ülkelerin ekonomileri için sosyal ve ekonomik değer yaratması açısından önemlidir. Güvenlik algısı turistik destinasyonların seçiminde etkili olan önemli faktörlerdendir. Turistlerin tercihlerinde destinasyonların fiyat uygunluğu, destinasyonların çekicilikleri ve özellikleri önemli olmakla birlikte, önceliklerden birisi de gidilecek yerin güvenilir bir ortam oluşturmasıdır. Suç oranlarının yüksek olduğu, şiddetli çatışmaların yaşandığı destinasyonlar olumsuz güvenlik algısı oluşturmaktadır. Destinasyonların yerleşik algıları daha sonra kalıcı davranışlara dönüşebileceğinden, turizm destinasyonları paydaşlarının oluşan algı konusunda dikkatli davranması gerekmektedir. Turistlerin bir bölge veya destinasyona yönelik güvenlik algılamalarının tespit edilmesinde turistlerin kendi görüşlerinin ve düşüncelerinin değerlendirildiği geri bildirim çalışmaları önemlidir. Bu amaçla yapılan çalışmaların neticesinde turistlerin mevcut algıları değerlendirilerek turizm endüstrisinin güvenlik politikaları piyasanın isteklerine göre şekillendirilmektedir. Turistlerin destinasyon satın alma davranışlarını yönlendiren ve etkileyen birçok unsur olmasına rağmen güvenlik en etkili unsurlardandır. Seyahatin yönlendirileceği ülkenin güvenli olması, turist tercihlerinde çok etkili olmaktadır. Ülkeler turizm planlamaları ve politikalarının belirlenmesinde güvenlik konusu ile ilgili süreci iyi yönetmelidir. Güvenlik unsuru turizm endüstrisinde önemli olmakla birlikte sadece asayişin sağlanması güvenliği kapsamamaktadır. Güvenlik algısı, gelişen ve sosyal ve ekonomik toplum yapısı içinde farklı boyutlarıyla turizm endüstrisini yakından ilgilendirmektedir. Kendi konutunun bulunduğu yerden başka bir bölgeye seyahat eden turistlerin güvenlik unsuru dâhil olmak üzere tüm ihtiyaçlarının karşılanması ve turizm hizmetlerinden beklediği tatmin düzeyinin en üst seviyede gerçekleştirilmesi konusuna özen gösterilmelidir. Turizm işletmelerinin güvenli ortam konusunda destinasyon paydaşlarının almış olduğu tedbir ve planlamalara dâhil olması sürecin sağlıklı bir şekilde sürdürülmesi açısından önemlidir. Turizm çekiciliklerine sahip ve turizmden beklentisi yüksek olan ülkelerin turizm faaliyetlerinin güvenli yapılabilmesi için turistleri rahatsız etmemek koşulu ile

halkla ilişkiler alanında gereken adımları atması gerekmektedir. Bölgeyi ziyaret eden turistlere güvenliklerini sağlama konusunda gereken hassasiyetin gösterildiğini hissettirmek amacıyla alınan tedbirlerin anlatılması önemlidir. Yapılan güvenlik çalışmaları sonucu elde edilen başarılı sonuçlar turistler ile paylaşarak gerektiğinde onlara haklarının korunmasının sağlanabileceği izlenimi verilmelidir. Turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu bölgelerde güvenlik ortamının sağlanarak korunması ve sürdürülebilir bir güvenlik algısının yerel halk ve turistlere aktarılması için gerekenler yapılmalıdır. Turizm işletmelerinin işletme içi ve çevresinde güvenli ortam konusunda üzerlerine düşen görev ve sorumlulukları yerine getirmesi ve misafirlerinin can ve mal güvenliklerinin korunması konusunda gösterecekleri hassasiyet önemlidir. Araştırma kapsamında katılımcı yerli turistlere sorulan Taraklı'da güvenlik ile ilgili bir problem ile karşılaştığınızda hakkınızın korunması konusunda düşünceleriniz nelerdir? sorusuna katılımcıların tamamı korunur şeklinde cevap vermişlerdir. Turistler güvenlik ile ilgili bir mağduriyet yaşarlarsa Taraklı'da haklarının korunacağına inanmaktadır. Katılımcı turistlere sorulan Taraklı'da turistik ziyaret alanlarını güvenli bulma konusundaki düşünceleriniz nelerdir? sorusuna verilen cevaplara göre yerli turistlerin tamamı turizm ziyaret bölgelerinin güvenliği konusunda sorun bulunmadığını belirtmişlerdir. Güvenliğin turizm endüstrisinde önemi ile ilgili Taraklı ilçesinde yapılan çalışmanın amacını destekleyecek sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir. Turizm faaliyetlerinde güvenliğin önemli olması konusunda katılımcıların farklı düşüncelerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Taraklı'yı güvenli bulan tüm katılımcıların tekrar gelme isteği bu sonucu desteklemektedir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda turizm faaliyetlerinde güvenliğin sağlanması konusunda alınabilecek genel önlemler ve öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- Turizm endüstrisinde güvenlik konusunda kriz ve acil eylem planları etkinleştirilmelidir.
- Turizm destinasyonlarında güvenliğin sağlanmasında ileri teknoloji ürünlerinden (yüksek çözünürlüklü sistemler, gece görüş sistemleri, yüz tanıma sistemleri) yararlanılmalıdır.
- Turizmde sunulan güvenlik hizmetleri uluslararası standartlarda olmalıdır.
- Turizm endüstrisinde hizmet veren personelin güvenlik konusunda eğitim seviyeleri yükseltilmelidir.
- Turizm destinasyonlarında güvenliği temsil eden turizm polisleri ve turizm jandarmalarının yabancı dil bilgisine sahip olmaları sağlanmalıdır.
- Turizm destinasyonlarında güvenliği temsil eden turizm polisleri ve turizm jandarmalarının turizm sosyolojisi ve psikolojisi konusunda eğitilmiş olmaları sağlanmalıdır.
- Turizm bölgelerinde faaliyet gösteren kamu ve özel kurumların güvenlik konusunda iş birliği ve koordinasyon içinde hareket etmeleri sağlanmalıdır.
- Turizm endüstrisi işletmelerinin güvenlik zafiyeti göstermeleri halinde cezai işlemler aksatılmadan uygulanmalıdır.
- Turizm işletmelerinin güvenlik denetlemeleri imajı etkilemeyecek ve zarar vermeyecek şekilde sağlanmalıdır.

Çalışma sonucuna göre Taraklı'da güvenli turizm faaliyetleri için öneriler aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur;

- Sakin şehir Taraklı gibi güvenliği öne çıkaracak Taraklı imajı tanıtımlarda ön plana çıkarılabilir.
- Taraklı'da araçların düzensiz park etmelerini engelleyici (cezai tedbirler, park yerlerinin düzenlenmesi, vb.) tedbirler alınabilir.
- Taraklı'da güvenli ortamın teminatı olarak halkın misafirperverliğinin korunması için tedbirler alınabilir.
- Taraklı'da halkın yardımsever olması, yaşam kültürünün korunması için gerekli tedbirler alınabilir.

- Turizm işletmeleri Taraklı ile ilgili oluşan güvenli imajı destekleyici tedbirleri alabilir.
- Turizm işletmeleri tanıtımlarında güvenli şehir imajını vurgulayabilir.

Destek Bilgisi: Çalışmanın hazırlanma sürecinde herhangi bir kişiden, kurumdan veya kuruluştan aynı veya nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Makalemiz ile ilgili herhangi bir kurum, kuruluş, kişi ile mali çıkar çatışması yoktur ve yazarlar arasında da herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Yazar Katkı Oranı: Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamışlardır.

Etik Onayı: Çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) veya araştırmacı(lar) beyan etmelidirler. Aksi bir durumun tespiti halinde **International Journal Of Tourism And Destination Studies** hiçbir sorumluluğu üstlenmemektedir ve sürece ilişkin hukuki sorumluluklar ve yaptırımlar çalışmanın yazarlarına aittir.

Etik Kurul Onayı: Araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli Etik Kurul İzin Belgesi Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan 30.05.2022 tarihli ve E-26428519-044-48356 numaralı izin alınmıştır.

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Makale onam formu gerektiren bir çalışma değildir.

5. KAYNAKÇA

- Arslan, K. (2003).** Otomobil Alımında Tüketici Davranışlarını Etkileyen Faktörler. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2(3), 83-103.
- Bach, R. L. (2003).** Global Mobility, Inequality and Security. Journal of Human Development, 4(2), 227-245.
- Bahar, O. & Bilen K. (2020).** Turizmde Güvenlik Algısının Türkiye Ekonomisine Etkisi. Güvenlik Bilimleri Dergisi, UGK Özel Sayısı, 185-206.
- Bayhan, İ. & Ünlüöner K. (2016).** Turist Tercihlerinde Güvenliğe İlişkin Tutumlarının Etkisi: Bir Alan Araştırması. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 15(56), 1-20.
- Çeken, H., Ateşoğlu, L., Dalgın, T. & Karadağ, L. (2008).** Turizm Talebine Bağlı Olarak Uluslararası Turizm Hareketlerindeki Gelişmeler. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 7(26) 71-85.
- Demir, C. & Demir, B. (2005).** Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi: İlkeler ve Uygulamalar. (Edt.: Demir, C.), Ankara: Nobel Yayınları.
- Eralp, Z. (1983).** Genel Turizm. Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınları.
- Eroğlu, O. & Kaynar, Ö. (2021).** Muş İlinin Spor Turizmindeki Yeri ve Önemi. International Journal of Eurasia Social Sciences, 12(46), 1041-1059.
- Evans, N. & Elphick, S. (2005).** Models of Crisis Management: An Evaluation of Their Value for Strategic Planning in the International Travel Industry. International Journal of Tourism Research, 7(3), 135-150.
- Goodrich, J. N. (2002).** Attack on America: A Record of the Immediate Impacts and Reactions in the USA Travel and Tourism Industry. Tourism Management, 23, 573-580.
- Hayta, B. A. (2008).** Turizm Pazarlamasında Tüketici Satın Alma Süreci ve Karşılaşılan Sorunlar. Gazi Üniversitesi Kastamonu Eğitim Dergisi, 16(1), 31-48.
- Karabulut, B. (2009).** Küreselleşme Sürecinde Güvenlik Alanında Değişimler: Karadeniz'in Güvenliğini Yeniden Düşünmek. Karadeniz Araştırmaları, 6(23), 1-11.
- Kasım, K. (2006).** 11 Eylül Sürecinde Kafkasya'da Güvenlik Politikaları. Orta Asya ve Kafkasya Araştırmaları, 1(1), 19-35.

- Kaşlı, M., İlban, M. O. & Şahin, B. (2009).** Modern Pazarlama Stratejileri: AB ve Türk Turizmi. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 8(27), 79-98.
- Kılıç, Ö. (2000).** Terörün Türk Turizmine Etkileri, I. Milletlerarası Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da Huzur ve Güvenlik Sempozyumu, Elazığ.
- Kızılkaya, A. & Sönmez, N. (2003).** Geçmişten Günümüze Güvenlik İhtiyacı ve Türk Polis Teşkilatı. Çağın Polisi Dergisi, 18, 19-23.
- Komşu, C. U. & Komşu, Ş. M. (2019).** Touristic Experience and Perceptions of Elderly and Evaluation of These Experiences from Informal Learning Perspective: Case of Erdemli. International Journal of Eurasia Social Sciences, 10(35), 265-281.
- Koyunoğlu, S. (2003).** Turist Sağlığı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kuveloğlu, D. (2004).** Turizm@gelecek.tr. 1. Baskı. İstanbul: Elips Kitap.
- Küçükaltan, D. (2012).** Terörizmin Hedefindeki Sektör Turizme Kronolojik Bir Yaklaşım. Ankara: Detay Yayıncılık.
- McSweeny, B. (1999).** Identity and Interests: A Sociology of International Relations. Newyork: Cambridge University Press.
- Olalı, H. (1985).** Türk Turizminin Dünya Turizmine Entegrasyonu. Turizm Yıllığı. Ankara.
- Öncel, A. (2010).** Turistik Bölgelerde Havaalanlarında Görevli Güvenlik Personelinin Etik Kuralları Algılama Biçimlerinin Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Öztürk, Y. (2020).** Aşırı Turizm, Turizm Karşıtlığı ve Turizmde Sürdürülebilirlik Üzerine Bir Değerlendirme. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, Special Issue(4), 112-124.
- Pizam, A. (1999).** A Comprehensive Approach to Classifying Acts of Crime and Violence at Tourism Destinations and Analyzing Their Differential Effects on Tourism Demand. Journal of Tourism Research, 38(1), 5-12.
- Rızaoğlu, B. (2003).** Turist Davranışı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Seçilmiş, C. (2005).** Turistlerin Ziyaret Ettikleri Yörelerdeki Güvenlik Algılamaları ve Turizmde Güvenlik Eğitimi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Subaşı, E. (2007).** Turizm Güvenliği Alanında Kolluğun Yeniden Yapılanması: Muğla Turizm Jandarması Örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Şen, A. & Şit, M. (2015).** Turizm Gelirlerinin Türkiye Ekonomisindeki Rolü ve Önemi. Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 8(8), 30-45.
- Taraklı Belediyesi. (2022).** Taraklı Mekânlar. http://www.tarakli.bel.tr/tarihi_mekanlar.asp, E.T.: 15.06.2022.
- Unat, N. A. (2006).** Bitmeyen Göç. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Yılmaz, A. (1994).** Güvenlik Hizmetlerinin Etkinliği Açısından Özel Güvenlik Sistemi. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Yılmaz, B. S. & Öncüer, M. E. (2003).** Bilgi Ekonomisinin Turizm Endüstrisinde Yol Açtığı Değişimler. II. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi Bildiriler Kitabı, (ss. 331- 342), İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

6. EXTENDED ABSTRACT

The tourism sector is important in terms of creating social and economic value for the economies of countries. The perception of security is one of the important factors that affect the selection of touristic destinations. While the affordability of the destinations, the attractiveness and characteristics of the destinations are important in the preferences of the tourists, one of the priorities is to create a reliable environment for the destination. Destinations with high crime rates and violent conflicts create a negative perception of security. Since the established perceptions of the destinations can turn into permanent behaviors, tourism destinations should be careful about the perception. Feedback studies, in which tourists' own views and thoughts are evaluated, are important in determining the security perceptions of tourists towards a region or destination. As a result of the studies carried out for this purpose, the current perceptions of the tourists are evaluated and the security policies of the tourism sector are shaped according to the demands of the market. In the study, the personal opinions of the tourists were taken in order to determine the perceptions of the domestic tourists visiting Taraklı on security. In the study, the concept of security is discussed in general and its relationship with tourism is explained. Under the title of conceptual framework, the relationship between security, tourism and security has been revealed by scanning the literature. The research was conducted face to face using random sampling between June 1, 2022 and June 15, 2022. Qualitative research method was used in the study. In this context, an interview form was prepared and questionnaires and interview questions were created in order to determine the demographic information of the participants, their personal evaluations on security perceptions and general practices on destination security. In order to determine the perspectives of the participating tourists in the research, the following questions were asked;

- *What are your thoughts on security to participate in tourism activity? (Important, Not Important, No idea)*
- *Have you encountered a security problem in comb? (Yes, No, I have no idea)*
- *What are your thoughts on walking around Taraklı on foot? (Safe, Unsafe, No idea)*
- *What are your thoughts on vehicle traffic in Taraklı? (Safe, Unsafe, No idea)*
- *What are your thoughts on accommodation in Taraklı? (Safe, Unsafe, No idea)*
- *What are your thoughts on touristic visiting areas in Taraklı? (Safe, Unsafe, No idea)*
- *What are your thoughts on the protection of your rights when you encounter a security problem in combs? (Protected, Unprotected, I have no idea) (If not protected, why)*
- *Do you plan to come to Taraklı again? (Yes, No, I have no idea) (If no why)*

As a sample, face-to-face interviews were conducted with 15 local visitors who visited Taraklı. How the participants perceived the Comb in terms of security was revealed with the data obtained from the interviews, and the suggestions were made. It is seen that nine of the participants are male and six of them are female, and their age range is between 27-60. It is understood that the education level of the participants is two primary schools, one secondary school, seven high schools, two associate degrees and three undergraduate degrees. Six of the tourists participating in the study were civil servants, five were workers, two were self-employed, and two were retired. To the question of the number of visits to Taraklı, the participants answered that six of them came for the first time, six of them for the second time, and three of them for the third time. According to this result, it is understood that Taraklı has the temptation to bring its visitors to him many times with its natural and cultural values. Within the scope of the research, the participant local tourists were asked "What are your thoughts on the protection of your rights when you encounter a security problem in Taraklı?" All of the participants answered the question about it as "protected". Tourists believe that their rights will be protected in Taraklı if they experience a security-related grievance. According to the answers given to the question asked to the participating tourists about finding the touristic visit areas safe in Taraklı, all of the domestic tourists stated that there is no problem

regarding the security of the tourism visit areas. After all the questions asked to the participants within the scope of the research, the last question was "Do you plan to come to Taraklı again?" According to the answers given to the question, all of the participants stated that they thought of coming to Taraklı again. The measures and suggestions that can be taken to ensure safety in tourism can be listed as follows:

- Crisis and emergency action plans on security in the tourism sector should be activated.
- Advanced technology products (high resolution systems, night vision systems, face recognition systems) should be used to ensure security in tourism destinations.
- Security services offered in tourism should be at international standards.
- The tourism awareness and education levels of the personnel serving in the tourism sector should be increased.
- Tourism police and tourism gendarmes, representing security in tourism destinations, should be proficient in foreign languages.
- Tourism police and tourism gendarmerie representing security in tourism destinations should have tourism sociology and psychology.
- It should be ensured that public and private institutions operating in tourism regions act in cooperation and coordination regarding security.
- If the tourism sector enterprises show security weakness, penal actions should be applied without interruption.
- Security audits of tourism enterprises should be provided in a way that does not affect or damage the image.

According to the results of the study, recommendations for safe tourism activities in Taraklı were formed as follows;

- Safe Taraklı image like the cittaslow Taraklı can be brought to the fore in promotions.
- Measures (penal measures, arrangement of parking spaces, etc.) can be taken to prevent irregular parking of vehicles in Taraklı.
- As the main guardian of the safe environment in Taraklı, measures can be taken to protect the hospitality of the people.
- Necessary measures can be taken in order to be helpful to the people in Taraklı and to protect the culture of life.
- Tourism businesses can take measures to support the secure image of Taraklı.
- Tourism businesses can emphasize the safe city image in their promotions.

As a result; it has been stated by the visitors that security is important in touristic visits and that it is not possible to realize tourism in cases where a safe environment is not formed. An important part of the visitors stated that they did not encounter any problems in terms of security and stated that they felt safe while traveling on foot. Visitors stated that they feel safe in their accommodation. Participants stated that they would come to Taraklı again with the support of positive perceptions on security, and stated that they believed that their rights would be protected in terms of life and property safety.

Article ID	: 64349
Article Type	: Araştırma Makalesi
Corresponding Author	: Neşe KAFA
Year	: 2022
Volume	: 1
Issue	: 1
Page	: 40-57
Arrival Date	: 30.08.2022
Revision Date	: 07.09.2022
Acceptance Date	: 13.09.2022
Published Date	: 30.09.2022
How to Cite This Article	: Kafa, N., Korkmaz, H. & Demircioğlu, E. (2022). Güvenli Turizm Sertifikası'nın Yerli Turistlerin Risk Algularının Seyahat Davranışlarına Etkisi. <i>International Journal Of Tourism And Destination Studies (IJOTADS)</i> , 1(1), 40-57.

IJOTADS is Licensed Under A Creative Commons Attribution- Non-Commercial 4.0 International License.

GÜVENLİ TURİZM SERTİFİKASI'NIN YERLİ TURİSTLERİN RİSK ALGILARINA VE SEYAHAT DAVRANIŞLARINA ETKİSİ

THE EFFECT OF SAFE TOURISM CERTIFICATE ON RISK PERCEPTIONS AND TRAVEL BEHAVIORS OF DOMESTIC TOURISTS

Neşe KAFA

Doktor Öğretim Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Gökçeada Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, nesekafa@comu.edu.tr, Çanakkale/TÜRKİYE. ORCID ID: 0000-0002-4153-5533

Halil KORKMAZ

Doçent Doktor, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, halilkorkmaz@comu.edu.tr, Çanakkale/TÜRKİYE. ORCID ID: 0000-0002-6795-9289

Esra DEMİRCİOĞLU

Öğretim Görevlisi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Gürün Meslek Yüksekokulu, Nevşehir Hacı Bektaş Üniversitesi Turizm Araştırmaları Enstitüsü, Doktora Öğrencisi, esrademircioglu@cumhuriyet.edu.tr, Sivas/TÜRKİYE. ORCID ID: 0000-0003-0855-7084

ÖZET

Bu araştırma yerli turistlerin "Güvenli Turizm Sertifikası"na yönelik düşünceleri ile algılanan risk ve davranışsal niyetlerini ölçmek amacıyla yapılmıştır. Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden yararlanılmış ve veri toplama aracı olarak da anket tekniği uygulanmıştır. 15 Aralık 2021- 15 Ocak 2022 tarihleri arasında 324 katılımcıdan elde edilen veriler değerlendirmeye alınmıştır. Araştırma verileri SPSS 15 programı ile analiz edilmiştir. Çalışmanın temel sonucu ise Güvenli Turizm Sertifikası'nın risk algısını ve davranışsal niyetleri etkilediği yönündedir. Buna göre Güvenli Turizm Sertifikası'nın risk algısını düşürdüğü ve düşük risk algısıyla birlikte kişilerin turizm faaliyetlerine katılmasını desteklediği belirlenmiştir. Araştırmanın diğer bir sonucuna göre kadınların Covid-19 pandemi sürecinde konaklama tesislerinde konaklamayı erkeklere göre daha riskli gördükleri sonucuna varılmıştır. Yapılan bu çalışma ile, yerli turistlerin Güvenli Turizm Sertifikası'na sahip işletmelerdeki uygun hijyen koşullarında konaklamaları kendilerini güvende hissetmelerine ve daha düşük düzeyde risk algılamalarına neden olduğundan konaklama işletmelerinde Güvenli Turizm Sertifikası'nın daha fazla uygulanması önerilebilir.

Anahtar Kelimeler: Algılanan Risk, Seyahat Davranışı, Turizm, Turist, Covid-19.

ABSTRACT

This research was conducted to measure the thoughts and perceived risk and behavioral intentions of domestic tourists towards safe tourism certification. Quantitative research methods were used in the research and the questionnaire

technique was used as a data collection tool. Data obtained from 324 participants between 15 December 2021 and 15 January 2022 were evaluated. Research data were analyzed with SPSS 15 program. As a result of the analysis, it was found that the perception towards the Safe Tourism Certificate affected the risk perception. Another result is in the same direction as the result that risk perception affects the behavioral intentions of people to participate in tourism. The main result of the study is the conclusion that the Safe Tourism Certificate affects risk perception and behavioral intentions. It has been concluded that the safe tourism certificate reduces the risk perception and supports the participation of people in tourism activities with low risk perception. Another result of the research is that the risk perception of tourists affects their behavioral intention to participate in tourism. In addition, it was concluded that women consider staying in accommodation facilities more risky than men during the Covid-19 pandemic process. On the other hand, it was found in the study that individuals who plan to take a vacation in the near future see accommodation as less risky than others.

Keywords: Perceived Risk, Travel Behavior, Tourism, Tourist, Covid-19.

1. GİRİŞ

Turizmde sağlık riski, seyahat ve turizm faaliyetlerinde bulunurken turistin sağlığına ve refahına yönelik potansiyel tehlikelerle ilişkilidir (Olya & Al-Ansi, 2018). Günümüze kadar salgın hastalıklar dünyadaki pekçok kişinin yaşamına yitirmesine neden olmuştur. 1300'lü yıllarda Çin'de ortaya çıkan hastalık Avrupa'ya kadar yayılmış ve 75 milyon insanın ölümüne neden olmuştur (Kılıçdere, 2017). Çin Gribi olarak bilinen salgın hastalık ilk Hong Kong'ta ortaya çıkmış ve 1968-1969 yılları arasında yaklaşık 1 milyon insanın ölümüne neden olmuştur. 2009 yılındaki domuz gribi salgınından 191 ülkede yaklaşık 800 bin kişi hayatını kaybetmiştir (Aslan, 2020). Dünya Sağlık Örgütü dünya çapında hızla yayılan Covid-19 için 11 Mart 2020 tarihi itibarıyla pandemi (küresel salgın) ilan etmiştir (BBC, 2020). Pandemi, dünyada birden fazla ülkede veya kıtada, çok geniş bir alanda yayılan ve etkisini gösteren salgın hastalıklara verilen genel isimdir. Covid-19, soğuk algınlığı gibi toplumda yaygın görülen, kendi kendini sınırlayan hafif enfeksiyon tablolarından Orta Doğu Solunum Sendromu (MERS) ve Ağır Akut Solunum Sendromu (SARS) gibi daha ciddi enfeksiyon tablolarına neden olabilen büyük bir virüs ailesidir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020). Dünya Sağlık Örgütü tarafından, Covid-19 ile ilgili güncel veriler, resmi web sayfası üzerinden sürekli paylaşılmaktadır. 24 Nisan 2022 tarihli durum raporuna göre dünya genelindeki vaka sayısı 500 milyonu aşmıştır (WHO, 2022). Algılanan risk, turizm araştırmacıları için geniş çapta dikkat çeken bir konu olmuştur (Fischhoff ve ark., 2004; Smith, 2006; Kozak ve ark., 2007; Huang & Wu, 2017; Wolff ve ark., 2019; Wen ve ark., 2020). Bunun nedeni ise turizm sektörünün iç ve dış uyaranlara karşı oldukça duyarlı olmasıdır (Faulkner, 2001). Bu durumda Reichel ve arkadaşları (2007) algılanan riskin turistlerin seyahat davranışlarını etkileyeceğini belirtmektedir. Aynı zamanda algılanan sağlık riski de, turistlerin karar verme sürecinde oldukça etkili olmaktadır (Huang ve ark., 2020). Önceki grip benzeri virüs salgınları, turizmin algılanan güvenliği üzerinde fark edilebilir bir olumsuz etkiye ve turizm talebinde düşüslere neden olmuştur. Örneğin; SARS salgını sırasında Çin'de (Dombey, 2003), Singapur'da (Henderson, 2003) ve Tayvan'da (Wang, 2009) turizm talebindeki düşüslere dair ampirik kanıtlar vardır. Aynı zamanda son yıllarda turistler de Covid-19 gibi net tedaviler olmadan yeni bulaşıcı hastalıkların bir salgını olduğunda daha yüksek riskler algılar ve riskten kaçınmak için davranışlar sergilemektedirler (Addo ve ark., 2020; Rahmafritria ve ark., 2021). Son zamanlarda turistlerin hassasiyetlerinin artmasıyla otellerde, yeme içme mekanlarında hijyen beklentileri artacak ve sosyal mesafe kurallarına yönelik davranışları da değişecektir (Aydın & Doğan, 2020; İbiş, 2020). Yu ve arkadaşları (2021b) otel işletmelerinin Covid-19'dan kaynaklanan zararlarını en aza indirebilmeleri için hijyen yönetimini önermektedir. Böylece hijyen nitelikleri ile otel imajı ve müşteri davranışlarında önemli bir katkı sağlayarak müşterilerin seyahat etmelerine teşvik edici olabilir (Yu ve ark., 2021b). Literatürde yer alan bazı çalışmalar otel işletmelerinin güvenlik ve hijyen konusuna odaklanmıştır (Matiza, 2020; Neuburger & Egger, 2020; Sánchez-Cañizares ve ark., 2020; Wen ve ark., 2020; Matiza & Slabbert, 2021; Perić ve ark., 2021; Yu ve ark., 2021a). Ancak Yu ve arkadaşları (2021b) Covid-19 döneminde müşterileri korumak için yöntemler sunan çok az sayıda çalışmanın olduğunu belirtmektedir. Yapılan çalışma ile yerli turistlerin Güvenli Turizm Sertifikası'na yönelik düşünceleri ile algılanan risk ve davranışsal niyetlerini ölçmek amaçlanmaktadır. Türkiye'nin Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı, tatilini Türkiye'de geçirecek tüm Türk vatandaşlara ve yabancı ziyaretçilere ulaşımdan konaklamaya, tesis çalışanlarından yolcuların kendi sağlık

durumuna uzanan geniş bir yelpazede alınması önerilen bir dizi tedbirleri ortaya koymaktadır. Oda sayısı elli ve üzeri olan konaklama tesisleri için zorunlu, oda sayısı elliden az olan konaklama tesisleri ve ark. alanlar için isteğe bağlı olup sertifikayı almak isteyen tesis işletmeleri yetkili uluslararası akreditasyon kuruluşlarına başvuruda bulunabilecektir. Güvenli Turizm Sertifikası için yetkili olan akreditasyon firmaları hijyen ve sağlık denetimi ve uygunluk değerlendirmesi yaparak raporlar düzenleyecektir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020).

1.1. Kavramsal Çerçeve

Algılanan risk genellikle “bireyin bir ürün veya hizmeti satın almasının belirsizliği ve olumsuz sonuçlarına ilişkin algıları” olarak tanımlanmaktadır (Reisinger & Mavondo, 2006: 13). Turizmde algılanan risk, örneğin terörizm, siyasi istikrarsızlık veya sağlık riskleri nedeniyle turistlerin belirli destinasyonlara seyahat etmekten kaçınmalarını ifade etmektedir (Sönmez & Graefe, 1998: 177). Turistlerin algıladıkları risk türleri farklı olabilir. Bunlar; işlevsel (fonksiyonel) risk, fiziksel risk, toplumsal (sosyal) risk, finansal risk, psikolojik risk ve buna ek olarak turistlerin güvenlik algılamaları şeklinde gruplandırılmaktadır (Han, 2005: 16). Turistlerin seyahat destinasyonu ile ilgili risk algıları tekrar ziyaretlerinde önemli bir belirleyicidir (Hasan ve ark., 2017). Ayrıca Cooper (2005) çalışmasında SARS gibi algılanan bir riskin turist davranışlarında büyük bir etkisinin olduğunu ortaya koymaktadır. Benzer şekilde önceki çalışmalarda, Tayland'a (Rittichainuwat & Chakraborty, 2009), Birleşik Krallık'a (Page ve ark., 2012) ve Afrika ülkelerine (Carter, 1998) yapılan uluslararası seyahatlerle ilişkili yaygın güvenlik endişelerinin SARS ile ilgili algılanan riske bağlı olduğu ve turistlerin bu nedenle seyahatten kaçındıkları sonucuna varılmıştır (Cooper, 2005; Wilder-Smith, 2006; Reichel ve ark., 2007). Literatürdeki bazı çalışmalara göre turistlerin risk algıları güvenlik endişeleri yaşamalarına neden olmaktadır. Bu endişeler ise, turistlerin rezervasyonlarını iptal etme veya tatil rezervasyonu yapmaktan kaçınma gibi davranışlar göstermelerine neden olmaktadır (Maser & Weiermair, 1998; Rittichainuwat & Chakraborty, 2009).

1.2. İlgili Araştırmalar

Literatürdeki bazı çalışmalarda Covid-19 döneminde algılanan risklerin turist davranışları üzerindeki etkisi incelenmiş ve çalışmalardan birinde turistlerin Covid-19 ile ilgili algıladıkları riskleri fiziksel, psikolojik ve sosyal risk olarak gruplandırmıştır. Bu çalışmanın sonucuna göre Covid-19 pandemisi ile ilişkili algılanan fiziksel, psikolojik ve sosyal riskin yakın turistlerin gelecekteki turizm davranışlarını etkilediği belirlenmiştir (Matiza & Slabbert, 2021: 586). Bazı çalışmalarda ise, Covid-19'un risk algısı olarak arttıkça, turistlerin seyahat etme niyetlerinin azaldığı sonucuna ulaşılmıştır (Teeroovengadum ve ark., 2021; Yu ve ark., 2021a). Literatürde salgın hastalıklar nedeniyle turistlerin hijyen konularındaki algılarını inceleyen çalışmalardan Wen ve arkadaşları (2005) SARS salgını ile birlikte yerli turistlerin hijyenle ilgili endişelerinin arttığı ve bunun konaklama işletmeleri tercihlerini etkilediğini belirtmektedir. Özaltın Türker (2020) çalışmasında yeni koronavirüsün turist davranışlarına ve Türk turizmüne etkilerini incelemiştir. Pandemi sonrası turistlerin hijyen, masalar arası mesafelerin arttırılması, eğitilmiş personel, daha az müşteri ve kişiye özel hizmet taleplerinin oluştuğu belirtilmektedir. Yu ve arkadaşları (2021a) çalışmalarında koronavirüs nedeniyle turistlerin fiziksel riski çok güçlü şekilde algıladıkları ve bunun için otel işletmelerinin önlemler almaları gerektiği önerilmiştir. Bu önlemler; tüm tesislerin dezenfekte edilmesi, personel hijyeni ve ofis ekipmanlarının (bilgisayarlar, yazıcılar, masa vb.) temizliğine dikkat edilmesi, personelin müşterilere hizmet etmesi sırasında maske takmaları, ellerini sık sık el temizleyicileriyle yıkamaları, personel toplantıları ve toplu yemeklerden kaçınılması ve sosyal mesafenin korunması şeklindedir. Ayrıca, müşteri memnuniyetinin korunması için otellerin çeşitli promosyonlar (oda indirimleri vb.) sunmaları da önerilmiştir (Yu ve ark., 2021a: 334). Sigala'nın (2020) Covid-19 ile ilgili yapmış olduğu çalışmada turizm işletmelerinin hijyen sertifikalarını kullanmaya başladıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca, Covid-19 ile birlikte restoranlar, oteller, havaalanları, kamusal alanlarda işletmelerin mobil uygulamalar (check-in, check-out, oda anahtarları, mobil ödemeler, self-servis eğlence hizmetleri ve destinasyonla ilgili e-alışveriş, müzeler için sanal gerçeklik), robotlar (resepsiyon ve müzesi rehberleri), yapay zeka özellikli web siteleri ve müşteri iletişim ve hizmetleri, dijital ödemeler (örneğin dijital cüzdanlar, paypal, kredi

kartları) gibi olanaklar sağlamaları önerilmiştir (Sigala, 2020: 319).

Turistlerin risk algıları kişisel faktörlere göre de değişiklik göstermektedir (Glaesser, 2003). Önceki araştırmacılar, sağlık risklerini cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi gibi birçok faktörde incelemiştir (Lan ve ark., 2016; Tvinnereim ve ark., 2017). Bazı çalışmalarda ise katılımcıların gelir düzeylerine göre de algıladıkları risklerin değişeceğine vurgu yapılmaktadır (Boksberger ve ark., 2007; Simpson & Siguwaw, 2008; Reisinger, 2009; Kim ve ark., 2016). Kozak ve arkadaşları (2007) tarafından yapılan bir çalışmada turistlerin algıladıkları risklerin kültürlerine göre de değiştiği sonucuna ulaşılmıştır. Matiza & Slabbert'in (2021) çalışmalarında Covid-19 döneminde algılanan riskin popüler iç turizm cazibe merkezlerini ve uluslararası seyahatleri etkileyeceği ancak yurtiçi seyahatlerini etkilemeyeceği sonucuna varılmıştır. Ayrıca literatürde turistlerin gruplar halinde seyahatleri ve seyahatleri esnasında yabancılarla temas kurmayı riskli olarak algıladıkları ile ilgili çalışmalar da mevcuttur (Reichel ve ark., 2007; Matiza & Slabbert, 2021). Benzer şekilde Cahyanto ve arkadaşlarının (2016) çalışmalarında hastalık salgınlarında turistlerin uluslararası seyahatleri daha fazla riskli olarak algıladıkları sonucuna varılmıştır. Literatürdeki bazı çalışmalarda Covid-19 nedeniyle turistlerin algıladıkları riskin, korku ve endişe gibi duygulara neden olduğu belirtilmektedir (Neuburger & Egger, 2020; Perić ve ark., 2021). Aynı zamanda bu çalışmalardan elde edilen bulgulara göre, olumsuz duygular, turistlerin seyahat kararları ve tekrar ziyaret niyetlerini olumsuz yönde etkilemektedir.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Amacı ve Ölçeği

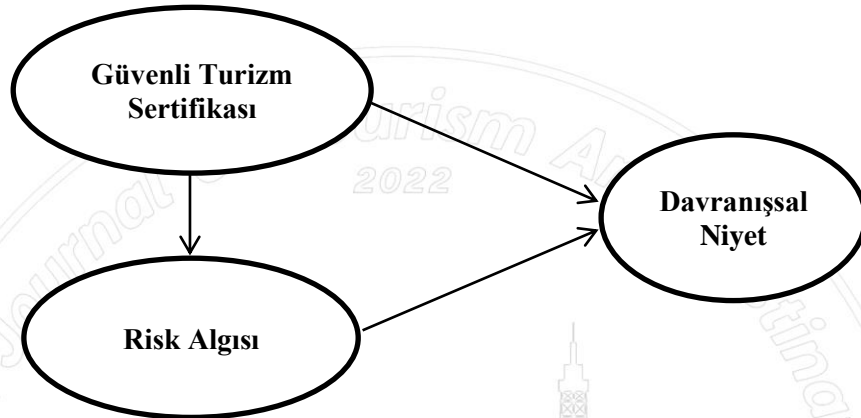
Yapılan çalışma ile yerli turistlerin Güvenli Turizm Sertifikası'na yönelik düşünceleri ile algılanan risk ve davranışsal niyetlerini ölçmek amaçlanmaktadır. Araştırma nicel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Veri toplama aracı olarak anket tekniği uygulanmıştır. Anketler 15 Aralık 2021-15 Ocak 2022 tarihleri arasında Covid-19 pandemi dönemi olduğu için çevrimiçi olarak yapılmıştır. Araştırmanın evrenini Türkiye'de ki yerli turistler oluşturmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022) verilerine göre 2020'de yaklaşık 17 milyon ve 2021'de yaklaşık 25 milyon yerli turist geceleme yapmıştır. Araştırma kapsamında yer alan ana kütlenin tamamına ulaşmak uzun bir zaman alacağı için, araştırma ana kütleyi temsil yeteneği olan bir örneklem üzerinden yürütülmüştür. Yazıcıoğlu & Erdoğan (2014: 89)'ın hazırladığı ve belli bir ana kütleyi temsil yeteneği olan örnek kütleyi gösteren rakamlar tablosu referans alınarak örnek kütle belirlenmiştir. Bu tablo bağlamında ± 0.05 örneklem hatası; $p=0,05$ (anakütlerdeki X'in gözlenme oranı) ve $q=0,05$ (anakütlerdeki X'in gözlenmememe oranı) olmak üzere belirlenen örnek kütle sayısı 384 olarak hesaplanmıştır. Araştırma kapsamında tesadüfi olmayan örneklemelerden 'kolayda örneklem' yöntemi uygulanmıştır. Yapılan çalışmada 384 kişiye anket gönderilmiş ve bunlardan eksik veriler nedeniyle 60 tane anket çalışmaya dahil edilmemiştir. Anket çalışması sonucunda 324 katılımcıdan elde edilen veriler değerlendirmeye alınmıştır. Araştırma verileri SPSS 15 programı ile analiz edilmiştir. Araştırmada kullanılan anket 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerini ve seyahat deneyimlerini ölçmeye yönelik tanımlayıcı sorulardan oluşmaktadır. Anketin ikinci bölümünde Güvenli Turizm Sertifikası Algısı Ölçeği, Risk Algısı Ölçeği ve son olarak Seyahat Davranışı Ölçeği yer almaktadır.

➤ **Güvenli Turizm Sertifikası Algısı Ölçeğinin Tasarlanması:** Güvenli Turizm Sertifikası'nın yerli turistlerin risk algıları ile seyahat davranışlarına etkisini incelemek için şu adımlar gerçekleştirilmiştir. (1) literatür taraması (2) alandaki akademik uzmanlarla görüşmeler ve literatür çerçevesinde soru formunun hazırlanması. Kement (2013) ve Ceylan'ın (2017) otel işletmelerindeki sertifikasyonlarla ilgili hazırlanmış oldukları tezlerden derlenerek 14 ifadeden oluşan Güvenli Turizm Sertifikası Algısı Ölçeği geliştirilmiştir. Anketin bu bölümünde ise 5'li Likert ile "1=kesinlikle katılmıyorum ve 5=kesinlikle katılıyorum" aralığında derecelendirilmiş olan anket formunda aşağıdaki ölçekler tasarlanmıştır.

➤ **Risk Algısı Ölçeğinin Tasarlanması:** Stone & Mason'un (1995) geliştirdikleri algılanan risk ölçeğinden derlenmiş ve 6 alt boyut ve 13 maddeden oluşan risk algısı ölçeğinden faydalanılmıştır.

➤ **Seyahat Davranışı Ölçeğinin Tasarlanması:** Son bölümde ise katılımcıların turizme katılmaya yönelik davranışsal niyetlerini ölçmeye yönelik sorular yer almaktadır. Bülbül & Özoğlu (2014) tarafından kullanılan seyahat davranışı ölçeğinden yararlanılarak 5 maddeden oluşan bir ölçekten yararlanılmıştır.

Ölçeklerin geçerliliğini tespit etmek amacıyla açıklayıcı faktör analizi kullanılmış ve güvenilirlik katsayıları incelenmiştir. Verilerin analizi için frekans analizi, bağımsız örneklem t testi, tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. İlişkilerin tespit edilmesi için korelasyon ve regresyon analizleri kullanılmıştır. Araştırmada kurulan model Şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1. Araştırmada Kullanılan Teorik Model

Araştırma modeli kapsamında, aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

➤ **H1:** Katılımcıların risk algıları cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir. Literatürdeki bazı çalışmalar cinsiyetteki farklılığın bireyler tarafından algılanan sağlık riski derecesi üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ileri sürmektedir (Finucane ve ark., 2000; Mattila ve ark., 2001; Garbarino & Strahilevitz, 2004; Reisinger, 2009; Yang ve ark., 2016). Çeşitli çalışmalarda kadınların sağlık risklerine daha duyarlı oldukları sonucuna ulaşılmıştır (Lepp & Gibson, 2003; Reichel ve ark., 2007; Karamustafa & Erbaş, 2011; Temeloğlu, 2015). Ayrıca Covid-19'un patlak vermesinden bu yana kadınların risk algısının erkeklere göre daha fazla olduğu belirlenmiştir (Kim, 2020; Bae & Chang, 2021). Bu çalışmaların aksine Qi ve arkadaşlarının (2009) ve Gül ve arkadaşlarının (2018) çalışmalarında kadınlara kıyasla erkeklerin daha fazla sağlık riski algıladıkları belirlenmiştir.

➤ **H2:** Katılımcıların risk algıları medeni durumuna göre farklılık göstermektedir. Bazı çalışmalarda medeni durumun, seyahat deneyimi ve tekrar ziyaret niyeti gibi turist davranışlarını etkilediği kabul edilmektedir (Okazaki & Hirose, 2009). Son zamanlarda Covid-19 çalışmaları, bireylerin davranış kalıplarını göstermek için medeni durumu önemli unsur olarak kullanmıştır. Kore’de yapılmış olan bu çalışmalarda Covid-19’un patlak vermesinden bu yana evli bireylerin sosyal etkinlikleri bekarlara göre daha fazla azalttıkları ve buna göre evli bireylerin risk algılarının bekarlara göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir (Kim, 2020; Bae & Chang, 2021). Ayrıca başka bir çalışma olan Öztürk & Tankuş’un (2020) çalışmasında evli bireylerin bekarlara oranla Covid-19 döneminde turlara katılım ve turizme eğilim konusunda daha fazla tedirginlik yaşamakta oldukları belirlenmiştir. Ancak Temeloğlu’nun (2016) çalışmasında ise algılanan riskin medeni duruma göre farklılık göstermediği belirlenmiştir.

➤ **H3:** Katılımcıların çocuk sahibi olma durumuna göre risk algıları farklılık göstermektedir. Dereli & Kızırmak (2021) ve Kılıç ve arkadaşlarının (2020) yaptıkları çalışmaya göre Covid-19 döneminde çocuğu olanların risk algıları daha yüksektir.

➤ **H4:** Katılımcıların yaşlarına göre risk algıları farklılık göstermektedir. Bazı çalışmalarda bu özelliklerden turistlerin yaşlarına göre algıladıkları risk algılarının farklı olabileceği belirtilmektedir (Lepp & Gibson, 2003; Gül ve ark., 2018). Gül ve arkadaşlarının (2018) çalışmasında yaş arttıkça

sağlık riski algısının da artış gösterdiğine yönelik bir sonuç elde edilmiştir. Kozak ve arkadaşları (2007) ise çalışmalarında bunun tam aksi yönünde bir sonuç elde etmiştir.

➤ **H5:** Katılımcıların eğitim seviyelerine göre risk algıları farklılık göstermektedir. Sönmez & Graefe'nin (1998) çalışmasında ise algılanan riskin eğitim seviyesine göre değişebileceği belirlenmiştir. Demirci & Üstün'ün (2021) çalışmasına göre Covid-19 sonrasında daha düşük eğitim seviyesine sahip olanların risk algılarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

➤ **H6:** Katılımcıların mesleklerine göre risk algıları farklılık göstermektedir. Literatürdeki bazı çalışmalara göre turistlerin mesleklerine göre algıladıkları risklerin farklılaştığı belirlenmiştir (Park & Reisinger, 2010; Temeloğlu, 2016). Bu çalışmalardan Park & Reisinger (2010) öğrencilerin risk algılarının çalışan ve işsiz bireylerden daha yüksek olduğu sonucuna varmıştır. Temeloğlu'nun (2016) çalışmasında ise otellerden tatil satın alırken emekli grubunda yer almakta olan özel sektör çalışanı, ev hanımı ve öğrenci grubundakilere göre daha fazla sosyal risk algıladıkları belirlenmiştir.

➤ **H7:** Katılımcıların yurtdışı seyahat deneyimlerine göre risk algıları farklılık göstermektedir. Bazı çalışmalarda yurtdışı seyahat deneyimi olanların risk algılarının daha düşük olduğu sonucu elde edilmiştir (Reichel ve ark., 2007; Qi ve ark., 2009).

➤ **H8:** Katılımcıların seyahat sıklığına göre risk algıları farklılık göstermektedir. Çeşitli çalışmalarda ilk kez seyahat edenlerin, SARS ve H1N1 kuş gribi salgınlardan kaynaklanan sağlık risklerini sık seyahat edenlere göre daha şiddetli algıladıkları ve gelecekte seyahat etmekten kaçınabilecekleri belirlenmiştir (Rittichainuwat & Chakraborty, 2009; Fuchs & Reichel, 2011; Ateşoğlu & Türker, 2014).

➤ **H9:** Katılımcıların risk algısı satın alma davranışını negatif yönde etkilemektedir. Literatürdeki bazı çalışmalara göre turistlerin risk algıları güvenlik endişeleri yaşamalarına ve seyahatin organizasyonu, zamanlaması ve destinasyon seçimi ile ilgili kararları dahil olmak üzere tüm karar verme süreçlerini etkilemektedir (An ve ark., 2010; Çetinsöz & Ege, 2013; Artuğer, 2015; Karl & Schmude, 2017). Covid-19'un risk algısı olarak arttıkça, turistlerin seyahat etme niyetlerinin azaldığı sonucuna ulaşılmıştır (Sánchez-Cañizares ve ark., 2020; Rahmaftria ve ark., 2021; Teeroovengadam ve ark., 2021).

➤ **H10:** Katılımcıların olumlu Güvenli Turizm Sertifikası algısı algılanan riski negatif yönde etkiler. Literatürde salgın hastalıklar nedeniyle turistlerin hijyen konularındaki algılarını inceleyen çalışmalar da mevcuttur (Wen ve ark., 2005; Özaltın Türker, 2020; Sigala, 2020). Özaltın Türker (2020) çalışmasında yeni koronavirüsün turist davranışlarına ve Türk turizmine etkilerini incelemiştir. Pandemi sonrası turistlerin hijyen, masalar arası mesafelerin artırılması, eğitilmiş personel, daha az müşteri ve kişiye özel hizmet taleplerinin olduğu belirtilmektedir. Yu ve arkadaşlarının (2021a) çalışmalarında koronavirüs nedeniyle turistlerin fiziksel riski çok güçlü şekilde algıladıkları ve bunun için otel işletmelerinin önlemler almaları gerektiği önerilmiştir.

➤ **H11:** Katılımcıların Güvenli Turizm Sertifikası ile olumlu algısı satın alma davranışlarını pozitif yönde etkiler. Wen ve arkadaşlarına (2005) göre Sars salgını ile birlikte yerli turistlerin hijyenle ilgili endişelerinin arttığı ve bunun konaklama işletmeleri tercihlerini etkilediği belirtilmektedir.

3. BULGULAR

Katılımcıların demografik özelliklerine yönelik bulgular Tablo 1'de verilmektedir. Katılımcıların yaklaşık %56'sının kadınlardan oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların yaşları incelendiğinde yaklaşık %43'ünün 25-34 yaş arasındaki kişilerden oluştuğu belirlenmiştir. Eğitim açısından katılımcıların çoğunluğunun (174) lisans mezunu bireylerden oluştuğu tespit edilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri (n=324)

Demografik Özellikler		Sayı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	182	56,17
	Erkek	142	43,83
Yaş	18-24 Yaş	67	20,68
	25-34 Yaş	138	42,59
	35-44 Yaş	86	26,54
	45 Yaş ve Üstü	33	10,19
Eğitim	Ortaöğretim	18	5,56
	Önlisans	51	15,74
	Lisans	174	53,70
	Lisansüstü	81	25,00
Medeni durum	Bekar	192	59,26
	Evli	132	40,74
Çocuk Sahibi Olma Durumu	Çocuğu var	106	32,72
	Çocuğu yok	218	67,28
Meslek	Esnaf/İşletmeci	29	8,95
	Ev Hanımı/Emekli	25	7,72
	Kamu	125	38,58
	Öğrenci	49	15,12
	Özel Sektör	96	29,63
Toplam		324	100

Katılımcıların yaklaşık %59'unun bekar, %41'inin evli ve %33'ünün çocuk sahibi olduğu görülmektedir. Meslek değişkeni incelendiğinde ise bireylerin %39'unun kamu çalışanlarından oluştuğu ve %30'unun özel sektörde çalıştığı belirlenmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Seyahat Deneyimlerine Yönelik Bulgular (n=324)

Tatile Çıkma Sıklığı	Birkaç Yılda Bir	72	22,22
	Yılda Bir Kez	140	43,21
	Yılda Birden Çok	112	34,57
Yurtdışı Seyahat Deneyimi	Evet	158	48,77
	Hayır	166	51,23
Covid-19 Salgınından Sonra Tatile Çıktınız mı?	Evet	65	20,06
	Hayır	259	79,94
Genellikle Kiminle Seyahat Edersiniz	Ailemle	158	48,77
	Arkadaşımlla	84	25,93
	Eşimle	47	14,51
	Yalnız	35	10,80
Konakladığınız Tesisin Güvenli Turizm Sertifikası Bulunmakta mıdır?	Evet	42	12,96
	Hayır	18	5,56
	Bilmiyorum	5	1,54
Toplam		n=324	%=100,00

Katılımcıların seyahat deneyimlerine yönelik sorulara verdikleri cevaplar Tablo 2'de gösterilmektedir. Tatile çıkma sıklığı bakımından bireylerin en çok (%43) yılda bir kez tatile çıktığı yöndeki cevabı verdiği görülmektedir. Katılımcıların yaklaşık %49'u genellikle ailesiyle ve %26'sı genellikle arkadaşlarıyla seyahat ettiğini bildirmiştir. Araştırmaya katılan bireylerin yaklaşık %49'u yurtdışı seyahat deneyimi olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların yaklaşık %20'si Covid-19 salgınından sonra tatile çıktığı görülmektedir. Bu katılımcılardan 42'i konakladığı tesisin Güvenli Turizm Sertifikası bulunduğunu ve 18'i sertifikanın bulunmadığını ve 5'i ise bilmediğini belirtmektedir.

Tablo 3. Risk Algısına Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi (n=324)

No	İfadeler (Risk Algısı)	Faktör Yüğü
RA3	Salgın devam ederken bir otelde konaklamaktan endişe duyarım.	0,933
RA4	Salgın devam ederken bir otelde konaklamaktan korkarım.	0,918
RA12	Salgın devam ederken bir otelde konaklamak düşüncesi beni endişelendiriyor.	0,912
RA9	Salgın devam ederken otelde konaklamayı sağlıklı bulmuyorum.	0,910
RA13	Salgın devam ederken bir otelde konaklamak düşüncesi beni huzursuz ediyor.	0,908
RA11	Salgın devam ederken bir otelde konaklamak düşüncesi bende gerginliğe neden oluyor.	0,901
RA2	Salgın devam ederken bir otelde konaklamak risklidir.	0,874
RA5	Tatil sırasında hastalığa maruz kalmaktan endişe duyarım.	0,868
RA10	Dünya normale dönmeden turist destinasyonuna seyahat etmek beni hayal kırıklığına uğratabilir.	0,844
RA7	Tatil sırasında yakınlarımın hastalığa maruz kalmalarından endişe duyarım.	0,830
RA8	Tatil sırasında insanların sağlığına zarar vermektten endişe duyarım.	0,815
RA6	Tatil sırasında hastalığa maruz kalıp hayatımı kaybetmekten endişe duyarım	0,803
RA1	Salgının devam etmesi tatil kararlarımı etkiler.	0,724

KMO Örneklem Yeterliliği: 0,950; **Barlett Ki Kare:**5801,274; **p:** 0,000; **Faktör Öz Değeri:** 9,761; **Açıklanan Varyans:** %75,09

Katılımcıların risk algısına yönelik ölçüğe açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizine yönelik bulgular Tablo 3'te verilmiştir. Öncelikle Kaiser Maier Olkin (KMO) ve Barlett Ki kare küresellik değerleri incelenmiştir. Buna göre verilerin faktör analizi için uygun (KMO=0,950) ve yeterli ($x^2=5801,27$; $p<0,05$) olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizi sonucunda faktör yükleri 0,933 ile 0,724 arasında değişen tek faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Faktörün öz değeri 9,76 ve açıklanan varyans %75 olarak bulunmuştur (Tablo 3).

Tablo 4. Güvenli Turizm Sertifikası' na Yönelik Faktör Analizi

No	İfadeler (Güvenli Turizm Sertifikası Algısı)	Faktör Yükü
GTS14	GTS'ye sahip bir otelin çalışanlarının bilgili olduklarına inanırım.	0,822
GTS13	GTS'ye sahip bir otelin çalışanları söz verilen işlemleri güvenilir ve doğru bir şekilde yerine getireceklerine inanırım.	0,822
GTS6	GTS'ye sahip otellerde konaklamak daha hijyenik hizmetten yararlanmamı sağlar.	0,813
GTS5	GTS'ye sahip otellerde konaklamak daha hijyenik bir odada kalmamı sağlar.	0,806
GTS8	GTS'ye sahip bir otelin hizmet kalitesi diğerlerinden daha iyidir.	0,773
GTS2	Konaklayacağım otelin GTS'ye sahip olması otel tercihimde etkili olur.	0,751
GTS11	GTS'ye sahip otelde konaklamak için daha fazla ücret ödemeyi göze alırım.	0,741
GTS9	GTS'ye sahip bir otelde konaklayanlar salgın sürecine katkı sağlarlar.	0,663
GTS12	GTS'ye sahip bir otelde kalmak için kaynaklarım, zamanım ve fırsatım var.	0,655
GTS4	GTS'ye sahip bir otelin yeri uygun olmalıdır	0,653
GTS10	GTS'ye sahip bir otelde konaklamak için rahatlık ve konfordan ödün verebilirim.	0,645

KMO Örneklem Yeterliliği: 0,877; Barlett Ki Kare:2593,268; p:0,000; Faktör Öz Değeri: 6,084; Açıklanan Varyans: %55,30

Katılımcıların Güvenli Turizm Sertifikası algısına yönelik ölçüğe açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır (Tablo 4). Kaiser Maier Olkin (KMO) ve Barlett Ki kare küresellik değerleri incelendiğinde verilerin faktör analizi için uygun (KMO=0,877) ve yeterli ($x^2=2593,268$; $p<0,05$) olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizi sonucunda eş değişkenlik katsayıları 0,50'nin altında olan ifade 1, ifade 3 ve ifade 4 ölçekten çıkarılmıştır. Faktör analizi sonucunda faktör yükleri 0,822 ile 0,645 arasında değişen tek faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Faktörün öz değeri 6,084 ve açıklanan varyans %55 olarak bulunmuştur (Tablo 4).

Tablo 5. Davranışsal Niyet Ölçeğine Yönelik Faktör Analizi

No	Boyut/İfadeler (Davranışsal Niyet)	1. Faktör	2. Faktör
DN1	Salgının fazla olduğu destinasyona seyahat etmek istemem.	0,960	
DN2	Destinasyonun sağlık standartları beni endişelendirirse seyahat etmek istemem.	0,948	
DN4	Yakın gelecekte GTS'ye sahip bir oteli ziyaret edeceğim		0,925
DN5	Seyahat önerileri almak isteyenlere GTS'ye sahip olan otelleri tavsiye edeceğim.		0,803
	Faktör Öz Değerleri	1,954	1,541
	Faktörlere Ait Açıklanan Varyans Değeri (%)	48,85	38,54

KMO Örneklem Yeterliliği: 0,682; Barlett Ki Kare: 664,606; p: 0,000; Toplam Öz Değer: 3,495; Toplam Açıklanan Varyans: %87,38

Katılımcıların davranışsal niyetlerini ölçmeye yönelik ifadelerle açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır (Tablo 5). Kaiser Maier Olkin (KMO) ve Barlett Ki kare küresellik değerleri incelendiğinde verilerin faktör analizi için uygun (KMO=0,682) ve yeterli ($x^2=664,606$; $p<0,05$) olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizi sonucunda eş değişkenlik katsayıları 0,50'nin altında olan ifade 3 ölçekten çıkarılmıştır. Faktör analizi sonucunda iki faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Birinci faktör riskten kaçınma niyeti olarak isimlendirilen birinci faktör 0,960 ve 0,948 faktör yükleri bulunan iki ifadeden oluşmaktadır. 0,925 ve 0,803 yükleri bulunan iki ifadeden oluşan ikinci faktör Güvenli Turizm Sertifikası' na yönelik davranışsal niyet olarak isimlendirilmiştir. Faktörün öz değeri 3,495 ve açıklanan varyans %87 olarak bulunmuştur (Tablo 5).

Tablo 6. Aritmetik Ortalama, Standart Sapma ve Güvenirlik Katsayıları

Ölçek/Boyut	A.O.	S.S.	Cronbach's Alpha
Risk Algısı	3,77	1,019	0,972
Güvenli Turizm Sertifikası	3,75	0,787	0,907
Davranışsal Niyet	3,83	0,815	0,737

Tablo 6'da analizde kullanılan ölçeklerin aritmetik ortalama, standart sapma ve güvenirlik katsayıları verilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde risk algısının ($\bar{x}=3,77$) Güvenli Turizm Sertifikası algısının ($\bar{x}=3,75$) ve davranışsal niyet ($\bar{x}=3,83$) ölçeklerinin ortalamasının üstünde değerler aldığı görülmektedir.

Tablo 7. Cinsiyet Açısından Risk Algısının Karşılaştırılması

Ölçek	Cinsiyetiniz	n	\bar{x}	s.s.	Levene Testi		t Testi	
					F	p	t	p (iki uçlu)
Risk Algısı	Kadın	182	3,94	0,97	3,951	,048	3,444	,001
	Erkek	142	3,55	1,04				

Cinsiyet açısından risk algısına yönelik verilen cevapların farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Bağımsız örneklem t Testi sonuçları Tablo 7’de görülmektedir. Öncelikle yapılan Levene testi sonucunda göre ($p < 0,05$) grup arasındaki varyansların homojen dağılmadığı bulunmuştur. T testi sonucunda ise kadın ve erkekler arasında ($t = 3,444$; $p = 0,001$) risk algısının farklılaştığı tespit edilmiştir. Buna göre kadınların ($\bar{x} = 3,94$) erkeklere ($\bar{x} = 3,55$) göre Covid-19 salgını devam ederken konaklama yapmayı daha riskli bulduğu söylenebilir.

Medeni durum açısından risk algısına yönelik verilen cevapların farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. İlk olarak Levene testi sonucunda göre ($p > 0,05$) grup arasındaki varyansların homojen dağıldığı bulunmuştur. T testi sonucunda ise evli ($\bar{x} = 3,81$) ve bekarlar ($\bar{x} = 3,74$) arasında ($t = 0,697$; $p = 0,486$) risk algısına verilen cevaplar açısından fark tespit edilmemiştir. Çocuk sahibi olma durumu açısından risk algısına yönelik verilen cevapların farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Levene testi sonucunda göre ($p > 0,05$) grup arasındaki varyansların homojen dağıldığı bulunmuştur. T testi sonucunda ise evli ($\bar{x} = 3,81$) ve bekarlar ($\bar{x} = 3,74$) arasında ($t = 0,830$; $p = 0,407$) risk algısına verilen cevaplar açısından fark tespit edilmemiştir. Yaş değişkeni açısından risk algısının farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. 18-24 Yaş ($\bar{x} = 3,88$), 25-34 Yaş ($\bar{x} = 3,70$), 35-44 Yaş ($\bar{x} = 3,66$) ile 45 Yaş ve üstü ($\bar{x} = 4,15$) grupları arasında varyans analizi sonucunda risk algısı açısından istatistiksel bir farklılık ($F = 2,46$; $p = 0,066$) tespit edilmemiştir. Eğitim düzeyi açısından risk algısının farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Risk algısına yönelik verilen cevapların ortaöğretim ($\bar{x} = 3,52$), önlisans ($\bar{x} = 3,87$), lisans ($\bar{x} = 3,69$) ve lisansüstü ($\bar{x} = 3,95$) grupları açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ($F = 2,46$; $p = 0,066$) bulunmamıştır.

Tablo 8. Meslek Açısından Risk Algısının Karşılaştırılması

No	Grup	n	\bar{x}	s.s.	F	p	Farkın Kaynağı
1	Esnaf/İşletmeci	29	3,52	0,904	2,665	0,033	3-4>5
2	Ev Hanımı/Emekli	25	3,91	1,040			
3	Kamu Çalışanı	125	3,92	0,957			
4	Öğrenci	49	3,90	1,073			
5	Özel Sektör	96	3,54	1,063			

Meslek açısından risk algısının farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır (Tablo 8). Varyans analizi sonucunda ($F = 2,665$; $p = 0,033$) meslek grupları açısından risk algısının farklılaştığı tespit edilmiştir. Varyansların homojenliği incelenmiş ve grup varyanslarının homojen ($p > 0,05$) dağıldığı bulunmuştur. Buna göre farkın kaynağının tespit edilmesi için post-hoc testlerinden LSD ve Scheffe testleri uygulanmıştır. Post-hoc testleri sonucunda kamu çalışanları ($\bar{x} = 3,92$) ve öğrencilerin ($\bar{x} = 3,90$), özel sektör çalışanlarından ($\bar{x} = 3,54$) daha yüksek risk algısına sahip olduğu tespit edilmiştir (Tablo 8).

Tablo 9. Güvenli Turizm Sertifikalı Tesiste Konaklama Açısından Risk Algısının Karşılaştırılması

Ölçek	GTS’li Tesiste Konaklama	n	\bar{x}	s.s.	Levene Testi		t Testi	
					F	p	t	p (iki uçlu)
Risk Algısı	Evet	42	3,39	1,14	5,857	,016	-2,419	,019
	Diğer	264	3,84	0,99				

Daha önce Güvenli Turizm Sertifikası’na sahip bir konaklama tesisi konaklayan katılımcılar ile diğer katılımcılar arasında risk algısının farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek için bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır (Tablo 9). Levene testi sonucunda göre ($p < 0,05$) grup arasındaki varyansların homojen dağılmadığı bulunmuştur. T testi sonucunda ise daha önce Güvenli Turizm Sertifikası’na sahip bir konaklama tesisi konaklayan katılımcılar ($\bar{x} = 3,39$) ile konaklamamış veya

bilgisi olmayan katılımcılar ($\bar{x}=3,84$) arasında ($t= -2,419$; $p=0,019$) risk algısına verilen cevaplar açısından fark tespit edilmemiştir. Buna göre Güvenli Turizm Sertifikalı bir konaklama tesisinde konaklayan kişilerin diğerlerinden daha düşük düzeyde risk algısına sahip olduğu tespit edilmiştir. Yurtdışı seyahat deneyimi açısından risk algısına yönelik verilen cevapların farklılaşp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Levene testi sonucunda göre ($p<0,05$) grup arasındaki varyansların homojen dağılmadığı bulunmuştur. T testi sonucunda ise yurtdışı seyahat deneyimi bulunanlar ($\bar{x}=3,80$) ile yurtdışına seyahat etmemiş olanlar ($\bar{x}=3,73$) arasında ($t= 0,582$; $p=0,561$) risk algısına verilen cevaplar açısından fark tespit edilmemiştir.

Tablo 10. Yakın Zamanda Tatil Planı Yapma Açısından Risk Algısının Karşılaştırılması

Ölçek	Yakın Zamanda Tatil Planı	n	\bar{x}	s.s.	Levene Testi		t Testi	
					F	p	t	p (iki uçlu)
Risk Algısı	Evet	174	3,51	1,01	3,447	,064	4,955	,000
	Hayır	150	4,06	0,96				

Yakın zamanda tatile çıkma planı olan ve olmayan katılımcılar açısından risk algısının karşılaştırılması amacıyla bağımsız örneklem t testi yapılmıştır (Tablo 10). Levene testi sonucunda göre ($p>0,05$) grup arasındaki varyansların homojen dağıldığı bulunmuştur. T testi sonucunda ise tatile yapma planı olanların ($\bar{x}=3,51$) ile tatil yapmayı düşünmeyenler ($\bar{x}=4,06$) arasında ($t= 4,955$; $p=0,000$) risk algısına verilen cevaplar açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Buna göre yakın zamanda tatil yapmayı planlayan bireylerin diğerlerine göre konaklama yapmayı daha az riskli gördüğü söylenebilir.

Tablo 11. Ölçeklerin Arasındaki Korelasyon İlişkileri

	Güvenli Turizm Sertifikası	Risk Algısı	Davranışsal Niyet
Güvenli Turizm Sertifikası	1	,366**	,547**
Risk Algısı	,366**	1	,345**
Davranışsal Niyet	,547**	,345**	1

** 0,01 düzeyinde korelasyon

Ölçeklerin arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır (Tablo 11). Güvenli Turizm Sertifikası algısı ile risk algısı arasında ($r=0,366$) düşük kuvvette, risk algısı ile davranışsal niyet arasında ($r=0,345$) düşük kuvvette ilişki tespit edilmiştir. Güvenli Turizm Sertifikası algısı ile davranışsal niyet arasında ($r=0,547$) ise orta kuvvette ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 12. Güvenli Turizm Sertifikası' nın Risk Algısı Üzerindeki Etkisi

Bağımsız Değişkenler	Beta	t değeri	Sig.
Sabit	2,068	8,378	0,000
Güvenli Turizm Sertifikası	0,466	7,062	0,000
$R^2= 0,134$ $F= 49,869$ $p.= ,000$			

Güvenli Turizm Sertifikası' nın katılımcıların risk algısına yönelik etkisini ölçmeye yönelik regresyon analizi yapılmıştır (Tablo 12). Regresyon analizi sonucunda Güvenli Turizm Sertifikası' nın risk algısı üzerinde pozitif yönde ($\beta=0,466$; $p<0,05$) etkisi olduğu tespit edilmiştir. Kurulan istatistiksel olarak anlamlı model ($F=49,869$; $p<0,05$) risk algısı üzerindeki değişimlerin yaklaşık %13'ünü açıklamaktadır.

Tablo 13. Güvenli Turizm Sertifikası ve Risk Algısının Davranışsal Niyete Etkisi

Bağımsız Değişkenler	Beta	t değeri	Sig.
Sabit	1,516	7,862	0,000
Güvenli Turizm Sertifikası	0,494	9,850	0,000
Risk Algısı	0,134	3,389	0,001
$R^2= 0,324$ $F= 76,778$ $p.= ,000$			

Güvenli Turizm Sertifikası ve risk algısının, davranışsal niyet üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik regresyon analizi yapılmıştır (Tablo 13). Analiz sonucunda Güvenli Turizm Sertifikası' nın davranışsal niyet üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi ($\beta=0,494$; $p<0,05$) olduğu ve risk algısının davranışsal niyet üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisinin ($\beta=0,134$; $p<0,05$) olduğu tespit edilmiştir. Kurulan anlamlı ($F=76,778$; $p<0,05$) regresyon modelinin davranışsal niyet üzerindeki değişimin yaklaşık %32'sini açıkladığı görülmektedir (Tablo 13).

4. SONUÇLAR, TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Bu araştırma, Güvenli Turizm Sertifikası'nın, yerli turistlerin konaklama işletmelerine karşı risk algıları ve davranışsal niyetleri üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Araştırma kapsamında 324 kişiyle anket uygulanmış ve katılımcıların çoğunun kadın, 25-34 yaş arasında olduğu ve lisans mezunu olduğu bulunmuştur. Araştırma sonucunda kadınların Covid-19 pandemi sürecinde konaklama tesislerinde konaklamayı erkeklere göre daha riskli gördükleri bulunmuştur. Bu sonuç daha kadınların erkek katılımcılara göre sağlık konusunda risklere daha duyarlı bulan çalışmalarla uyusmaktadır (Lepp & Gibson, 2003; Reisinger, 2009; Karamustafa & Erbaş, 2011; Temeloğlu, 2015). Diğer bir ifadeyle kadınların risk yaratan durumlara karşı daha hassas olmasından dolayı Covid-19 sürecinde konaklama işletmelerini erkeklere göre daha riskli bulmaktadır. Araştırmada bulunan başka bir sonuç ise kamu çalışanları ve öğrencilerin, özel sektör çalışanlarından konaklama risk algısının daha yüksek olmasıdır. Bunun nedeni özel sektör çalışanlarının risk toleransının kamu çalışanları ve öğrencilere göre daha yüksek olmasından kaynaklanabilir. Ayrıca Güvenli Turizm Sertifikalı bir tesiste konaklama yapan katılımcıların risk algısını daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, ilk kez seyahat edenlerin, sağlık risklerini daha sık seyahat edenlere göre daha şiddetli algıladıkları sonucuna varan çalışmalarla örtüşmektedir (Rittichainuwat & Chakraborty, 2009; Fuchs & Reichel, 2011; Ateşoğlu & Türker, 2014). Araştırmada benzer şekilde Güvenli Turizm Sertifikası'na yönelik algının risk algısını etkilediği bulunmuştur. Kısaca bireylerin Güvenli Turizm Sertifikası'na sahip işletmelerdeki uygun hijyen koşullarında konaklamaları onların daha düşük düzeyde risk algılamalarına neden olmaktadır. Buradan yola çıkarak, Güvenli Turizm Sertifikası'nın tüketicilerin kendilerini güvende hissetmelerine yönelik amacına ulaştığı söylenebilir. Yurtdışı seyahat deneyiminin risk algısına etkisine yönelik bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir. Bu sonuç, yurtdışı seyahat deneyimi olanların risk algılarının daha düşük olduğunu belirten Reichel ve arkadaşları (2007) ve Qi ve arkadaşları (2009) gibi çalışmalarla çelişmektedir. Bunun nedeninin turistlerin Türkiye'nin birçok ülkeye göre daha sağlıklı koşullarda turizm faaliyetlerini sürdürdüğü yönündeki kanaatları olduğu düşünülmektedir. Araştırmada yakın zamanda tatil yapmayı planlayan bireylerin diğerlerine göre konaklama yapmayı daha az riskli gördüğü bulunmuştur. Bir diğer sonuç olan risk algısının kişilerin turizme katılmaya yönelik davranışsal niyetlerini etkilediği yönündeki sonuçla aynı yöndedir. Bu sonuç, sağlık açısından yüksek risk algılarının, turistlerin gelecekte seyahat etmekten kaçınabileceklerinin belirlendiği önceki çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Fuchs & Reichel, 2011; Ateşoğlu & Türker, 2014). Bu açıdan potansiyel turistler için turizm faaliyetlerindeki risk algısının düşürülmesi için hem önlemlerin alınması hem de bu önlemlerin pazarlama faaliyetleri çerçevesinde potansiyel turistlere duyurulması uygun olacaktır. Çalışmanın temel sonucu ise Güvenli Turizm Sertifikası'nın risk algısını ve davranışsal niyetleri etkilediği yönündeki sonuçtur. Bu sertifikanın turistlerin risk algısını düşürdüğü ve düşük risk algısıyla birlikte kişilerin turizm faaliyetlerine katılmasını desteklediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç önceki araştırmalarla örtüşmektedir (Sánchez-Cañizares ve ark., 2020; Rahmafritria ve ark., 2021; Teeroovengadum ve ark., 2021; Yu ve ark., 2021a). Kısaca, Güvenli Turizm Sertifikası'nın risk algısını düşürdüğü ve kişileri turizme katılmaya teşvik ettiği söylenebilir. Bu açıdan Güvenli Turizm Sertifikası'nın bilinirliğini arttırmak için yurtiçinde ve dışında yapılan tanıtım çalışmalarına ağırlık verilmesi ve seyahat planlayıcılarını ikna çabalarının artırılması elde edilen olumlu sonucun artırılması ve Türkiye turizminin rekabette avantajlı duruma gelmesini sağlayacaktır. Bu araştırma 324 katılımcı ile gerçekleştirilmiş ve araştırmanın yapıldığı dönemde Güvenli Turizm Sertifikası'nı bilerek konaklama yapan katılımcı sayısı sınırlı kalmıştır. Sonraki araştırmalarda daha yüksek sayıda katılımcı ve Güvenli Turizm Sertifikası'na sahip konaklama işletmelerini tercih eden daha fazla sayıdaki bireyin örnekleme dahil edildiği araştırmalar yapılması akademiye önerilebilir.

Destek Bilgisi: Çalışmanın hazırlanma sürecinde herhangi bir kişi, kurum veya kuruluştan aynı veya nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarların ilgili çalışmalardan herhangi bir çıkar çatışması veya kazancı yoktur.

Yazar Katkı Oranı: Yazar listesinde yer alan yazarların veya araştırmacıların çalışmaya katkı

düzeyleleri eşit orandadır.

Etik Onayı: Çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) veya araştırmacı(lar) beyan etmelidirler. Aksi bir durumun tespiti halinde **International Journal Of Tourism And Destination Studies** hiçbir sorumluluğu üstlenmemektedir ve sürece ilişkin hukuki sorumluluklar ve yaptırımlar çalışmanın yazarlarına aittir. Yazarlar tarafından çalışmanın tüm hazırlık süreçlerinde etik kurallara uyulmuştur.

Etik Kurul Onayı: Bu araştırmada kullanılmış olan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Etik Kurulu 03.01.2022 tarihi ve E-60263016-050.06.04-125680 karar/sayı numarası ile alınmıştır.

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Onam formu ek olarak sunulmuştur.

5. KAYNAKÇA

- Addo, P. C., Jiaming, F., Kulbo, N. B. & Lianggiang, L. (2020).** Covid-19: Fear Appeal Favoring Purchase Behavior Towards Personal Protective Equipment. *Service Industries Journal*, 40(7–8), 471–490.
- An, M., Lee, C. & Noh, Y. (2010).** Risk Factors at the Travel Destination: The Impact on Air Travel Satisfaction and Repurchase Intention. *Service Business*, 4(2), 155–166.
- Artuğer, S. (2015).** The Effect of Risk Perceptions on Tourists' Revisit Intentions, *European Journal of Business and Management*, 7(2), 36-43.
- Aslan, R. (2020).** Tarihten Günümüze Epidemiler, Pandemiler ve Koronavirüs. *Göller Bölgesi Aylık Ekonomi ve Kültür Dergisi*, 8(85), 330-355.
- Ateşoğlu, İ. & Türker, A. (2014).** Tatil Yeri Seçiminde Ülke İmajının Turistin Risk Algısı Üzerine Etkisi. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 6(2), 9-28.
- Aydın, B. & Doğan, M. (2020).** Yeni Koronavirüs (Covid-19) Pandemisinin Turistik Tüketici Davranışları ve Türkiye Turizmi Üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesi. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 6(1), 93-115.
- Bae, S. Y. & Chang, P. (2021).** The Effect of Coronavirus Disease-19 (Covid-19) Risk Perception on Behavioural Intention Towards 'Untact' Tourism in South Korea During the First Wave of the Pandemic. *Current Issues in Tourism*, 24(7), 1017-1035.
- BBC. (2020).** <https://www.Bbc.Com/Turkce/Haberler-Dunya-51614548>, E.T.: 10.04.2020.
- Boksberger, P. E., Bieger, T. & Laesser, C. (2007).** Multidimensional Analysis of Perceived Risk in Commercial Air Travel. *Journal of Air Transport Management*, 13(2), 90-96.
- Bülbül, H. & Özoğlu, B. (2014).** Tüketici Yenilikçiliği ve Algılanan Riskin Satın Alma Davranışına Etkisi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(44), 43-59.
- Cahyanto, I., Wiblishauser, M., Pennington-Gray, L. & Schroeder, A. (2016).** The Dynamics of Travel Avoidance: The Case of Ebola in the U.S. *Tourism Management Perspectives*, 20, 195-203.
- Carter, S. (1998).** Tourists' and Travellers' Social Construction of Africa and Asia as Risky Locations. *Tourism Management*, 19(4), 349–358.
- Çetinsoz, B. & Ege, Z. (2013).** Impacts of Perceived Risks on Tourists' Revisit Intentions. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 24(2), 173-187.
- Ceylan, Y. (2017).** Yeşil Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Kalan Turistlerin Algılarına Yönelik Bir Araştırma: Muğla İli Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Batman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Batman.

- Cooper, M. (2005).** Japanese Tourism and the SARS Epidemic of 2003. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19(2/3), 117-131.
- Demirci, B. & Üstün, S. (2021).** Covid-19 ve Seyahat Riski Algılarının Seyahat Davranışına Etkisi: Bursa Örneği. *BMIJ*, 9(4), 1270-1285.
- Dereli, G. & Kızılrnak, İ. (2021).** Covid-19 Sonrası Yerli Turistlerin Seyahat Davranışları Üzerine Bir Araştırma. 19. Geleneksel Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı. (ss. 1-22). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Yayınları.
- Dombey, O. (2003).** The Effects of SARS on the Chinese Tourism Industry. *Journal of Vacation Marketing*, 10(1), 4–10.
- Faulkner, B. (2001).** Towards A Framework for Tourism Disaster Management. *Tourism Management*, 22(2), 135–147.
- Finucane, M., Slovic, P., Mertz, C., Flynn, J. & Satterfield, T. (2000).** Gender, Race, and Perceived Risk: The ‘White Male’ Effect. *Health, Risk & Society*, 2(2), 159-172.
- Fischhoff, B., De Bruin, W., Perrin, W. & Downs, J. (2004).** Travel Risks in a Time of Terror: Judgments and Choices. *Risk Analysis*, 24(5), 1301–1309.
- Fuchs, G. & Reichel, A. (2011).** An Exploratory Inquiry into Destination Risk Perceptions and Risk Reduction Strategies of First Time Repeat Visitors to a Highly Volatile Destination. *Tourism Management*, 32(2), 266-276.
- Garbarino, E. & Strahilevitz, M. (2004).** Gender Differences in the Perceived Risk of Buying Online and the Effects of Receiving a Site Recommendation. *Journal of Business Research*, 57(7), 768-775.
- Glaesser, D. (2003).** Crises’ Spheres of Activity. *Crisis Management in the Tourism Industry*. Burlington, MA: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Gül, K., Gül, M. & Saatçı, G. (2018).** Konaklama Sektöründe Hijyen Kaynaklı Müşteri Sağlık Riski Algısı: Bursa ve Diyarbakır’daki Tesislere Yönelik Kıyaslama. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(1), 23-37.
- Han, J. Y. (2005).** The Relationships of Perceived Risk to Personal Factors, Knowledge of Destination, and Travel Purchase Decisions in International Leisure Travel. Doctoral Thesis. Virginia: Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Hasan, M. K., Ismail, A. R. & Islam, M. F. (2017).** Tourist Risk Perceptions and Revisit Intention: A Critical Review of Literature. *Cogent Business & Management*, 4(1), 1-21.
- Henderson, J. C. (2003).** Managing A Health-Related Crisis: SARS in Singapore. *Journal of Vacation Marketing*, 10(1), 67–77.
- Huang, L. & Wu, C. (2017).** Conceptual Modelling of Risk Perception Deviation Mechanism. *Journal of Natural Disasters*, 26(1), 60–66.
- Huang, X., Daib, S. & Xub, H. (2020).** Predicting Tourists’ Health Risk Preventative Behaviour and Travelling Satisfaction in Tibet: Combining the Theory of Planned Behaviour and Health Belief Model. *Tourism Management Perspectives*, 33, 1-10.
- İbiş, S. (2020).** Covid-19 Salgınının Seyahat Acentaları Üzerine Etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 85-98.
- Karamustafa, K. & Erbaş, E. (2011).** Satın Alma Karar Sürecinde Algılanan Risk: Paket Turlara Yönelik Bir Araştırma. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 103-144.
- Karl, M. & Schmude, J. (2017).** Understanding the Role of Risk (Perception) in Destination Choice: A Literature Review and Synthesis. *Tourism*, 65(2), 138 – 155.

- Kement, Ü. (2013).** Genişletilmiş Planlanmış Davranış Teorisi Modeli Kapsamında Otel Müşterilerinin Yeşil Yıldızlı Otelleri Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerinin İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kılıç, B. Aslan, H., & Gövce, M. (2020).** Covid-19 Sonrası Turistik Tüketim Tutumu. Gaziantep University Journal of Social Sciences, 2020(Special Issue), 554-570.
- Kılıçdere, S. (2017).** Seyahat Acentalarında Kriz Yönetimi Kapsamında 2016 Turizm Sezonunun Değerlendirilmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Kim, H., Schroeder, A. & Pennington-Gray, L. (2016).** Does Culture Influence Risk Perceptions? *Tourism Review International*, 20(1), 11-28.
- Kim, N. S. (2020).** The Current Situation and Implications of Coronavirus Disease 2019. *Health & Welfare*, 373, 1–13.
- Kozak, M., Crotts, J. & Law, R. (2007).** The Impact of the Perception of Risk on International Travelers. *International Journal of Tourism Research*, 9, 233–242.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2020).** Türkiye'nin Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı Hakkında. <https://www.tga.gov.tr/turkiyenin-guvenli-turizm-programi-hakkinda/>, E.T.: 01.09.2022.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2022).** Konaklama İstatistikleri. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201126/yillik-bultenler.html>, E.T.: 01.09.2022.
- Lan, G. I., Yuan, Z. K., Maddock, J. E., Cook, A.; Chu, Y. Y., Pan, B.-B., Tu, H., Fan, S., Liao, X. & Lu, Y. (2016).** Public Perception of Air Pollution and Health Effects in Nanchang, China. *Air Quality, Atmosphere & Health*, 9(8), 951–959.
- Lepp, A. & Gibson, H. (2003).** Tourist Roles, Perceived Risk and International Tourism. *Annals of Tourism Research*, 30, 606–624.
- Maser, B. & Weiermair, K. (1998).** Travel Decision-Making: From the Vintage Point of Perceived Risk and Information Preferences. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 7(4), 107-120.
- Matiza, T. (2020).** Post-Covid-19 Crisis Travel Behaviour: Towards Mitigating the Effects of Perceived Risk. *Journal of Tourism Futures*, 8(1), 99-108.
- Matiza, T. & Slabbert, E. (2021).** Tourism is Too Dangerous! Perceived Risk and the Subjective Safety of Tourism Activity in the Era of Covid-19. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 36(2spl), 580–588.
- Mattila, A. S., Apostolopoulos, Y., Sönmez, S., Yu, L. & Sasidharan, V. (2001).** The Impact of Gender and Religion on College Students Spring-Break Behavior. *Journal of Travel Research*, 40(2), 193-200.
- Neuburger, L. & Egger, R. (2020).** Travel Risk Perception and Travel Behaviour During the Covid-19 Pandemic 2020: A Case Study of the DACH Region. *Current Issues in Tourism*, 24(7), 1003-1016.
- Okazaki, S. & Hirose, M. (2009).** Does Gender Affect Media Choice in Travel Information Search? On the Use of Mobile Internet. *Tourism Management*, 30(6), 794–804.
- Olya, H. G. T. & Al-Ansi, A. (2018).** Risk Assessment of Halal Products and Services: Implication for Tourism Industry. *Tourism Management*, 65, 279-291.
- Özaltın Türker, G. (2020).** Covid-19 Salgını Turizm Sektörünü Nasıl Etkiler? Turizm Akademisyenleri Perspektifinden Bir Değerlendirme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(2), 207-224.

- Öztürk, İ. & Tankuş, E. (2020).** Covid-19'un Potansiyel Turist Profili Oluşturan Tüketici Davranışı Üzerindeki Etkilerinin Çözüm Önerileri Perspektifinde Değerlendirilmesi. *Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 103-121.
- Page, S., Song, H. & Wu, D. C. (2012).** Assessing the Impacts of the Global Economic Crisis and Swine Flu on Inbound Tourism Demand in the United Kingdom. *Journal of Travel Research*, 51(2), 142–153.
- Park, K. & Reisinger, Y. (2010).** Differences in the Perceived Influence of Natural Disasters and Travel Risk on International Travel. *Tourism Geographies*, 12(1), 1-24.
- Perić, G., Dramićanin, S. & Conić, M. (2021).** The Impact of Serbian Tourists' Risk Perception on Their Travel Intentions During the Covid-19 Pandemic. *European Journal of Tourism Research*, 27, 2705.
- Qi, C. X., Gibson, H. J. & Zhang, J. J. (2009).** Perceptions of Risk and Travel Intentions: The Case of China and the Beijing Olympic Games. *Journal of Sport & Tourism*, 14(1), 43-67.
- Rahmafritria, F., Suryadi, K., Oktadiana, H., Putro, H. P. H. & Rosyidie, A. (2021).** Applying Knowledge, Social Concern and Perceived Risk in Planned Behavior Theory for Tourism in the Covid-19 Pandemic. *Tourism Review*, 76(4), 809-828.
- Reichel, A., Fuchs, G. & Uriely, N. (2007).** Perceived Risk and the Non-Institutionalized Tourist Role: The case of Israeli Student Ex-Backpackers. *Journal of Travel Research*, 46(2), 217-226.
- Reisinger, Y. (2009).** The Influence of Gender on Travel Risk Perceptions, Safety, and Travel Intentions. *Tourism Analysis*, 14(6), 793-807.
- Reisinger, Y. & Mavondo, F. (2006).** Cultural Differences in Travel Risk Perception. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20(1), 13-31.
- Rittichainuwat, B. N. & Chakraborty, G. (2009).** Perceived Travel Risks Regarding Terrorism and Disease: The Case of Thailand. *Tourism Management*, 30(3), 410-418.
- Sánchez-Cañizares, S. M., Cabeza-Ramírez, L. J., Muñoz-Fernández, G. & Fuentes-García, F. J. (2020).** Impact of the Perceived Risk from Covid-19 on Intention to Travel. *Current Issues in Tourism*, 24(7), 970-984.
- Sigala, M. (2020).** Tourism and Covid-19: Impacts and Implications for Advancing and Resetting Industry and Research. *Journal of Business Research*, 117(2020), 312-321.
- Simpson, P. & Siguaw, J. (2008).** Perceived Travel Risks: The Traveller Perspective and Manageability. *International Journal of Tourism Research*, 10(4), 315-327.
- Smith, R. (2006).** Responding to Global Infectious Disease Outbreaks: Lessons from SARS on the Role of Risk Perception, Communication and Management. *Social Science & Medicine*, 63, 3113–3123.
- Sönmez, S. & Graefe, A. R. (1998).** Determining Future Travel Behavior from Past Travel Experience and Perceptions of Risk and Safety. *Journal of Travel Research*, 37(2), 171-177.
- Stone, R. N. & Mason, B. J. (1995).** Attitude and Risk: Exploring the Relationship. *Psychology and Marketing*, 12(2), 135-153.
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2020).** Covid-19 (SARS-Cov-2 Enfeksiyonu) Rehberi. <https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66301/covid-19-rehberi.html>, E.T.: 13.08.2022.
- Teeroovengadum, V., Seetanah, B., Bindah, E. Pooloo, A. & Veerasawmy, I. (2021).** Minimising Perceived Travel Risk in the After Math of the Covid-19 Pandemic to Boost Travel and Tourism. *Tourism Review*, 76(4), 910-928.
- Temeloğlu, E. (2015).** Tüketicilerin Kişilik Özellikleri, Risk Algıları ve Yeniden Satın Alma

Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. İşletme Araştırmaları Dergisi, 7(2), 157-179.

- Temeloğlu, E. (2016).** Turistlerin Tatil Satın Alma Sürecinde Algıladıkları Risklerin Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 25(2016), 99-119.
- Tvinnereim, E., Liu, X. & Jamelske, E. M. (2017).** Public Perceptions of Air Pollution and Climate Change: Different Manifestations, Similar Causes, and Concerns. Climatic Change, 140(3-4), 399-412.
- Wang, Y. S. (2009).** The Impact of Crisis Events and Macroeconomic Activity on Taiwan's International Inbound Tourism Demand. Tourism Management, 30(1), 75-82.
- Wen, J., Wang, W., Kozak, M., Liu, X. & Hou, H. (2020).** Many Brains Are Better Than One: The Importance of Inter Disciplinary Studies on Covid-19 In and Beyond Tourism. Tourism Recreation Research, 46(2), 310-313.
- Wen, Z., Huimin, G. & Kavanaugh, R. R. (2005).** The Impacts of SARS on the Consumer Behaviour of Chinese Domestic Tourists. Current Issues in Tourism, 8(1), 22-38.
- WHO. (2020).** Situation Reports. https://www.Who.Int/Docs/Default-Source/Coronaviruse/Situation-Reports/20200421-Sitrep-92-Covid-19.Pdf?Sfvrsn=38e6b06d_4, E.T.: 21.04.2020
- WHO. (2022).** World Health Organization Covid-19 Dashboard. <https://Covid19.Who.Int/>, E.T.: 13.08.2022.
- Wilder-Smith, A. (2006).** The Severe Acute Respiratory Syndrome: Impact on Travel and Tourism. Travel Medicine and Infectious Disease, 4(2), 53-60.
- Wolff, K., Larsen, S. & Øgaard, T. (2019).** How to Define and Measure Risk Perceptions. Annals of Tourism Research, 79(2019), 1-9.
- World Health Organization. (2020).** Rolling Updates on Coronavirus Disease (Covid-19), <https://Www.Who.Int/Emergencies/Diseases/Novel-Coronavirus-2019/Events-As-They-Happen>, E.T.: 01.08.2022.
- Yang, E., Khoo-Lattimore, C. & Arcodia, C. (2016).** A Systematic Literature Review of Risk and Gender Research in Tourism. Tourism Management, 58, 89-100.
- Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S. (2014).** SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yu, J., Lee, K. & Hyun, S. S. (2021a).** Understanding the Influence of the Perceived Risk of the Coronavirus Disease (Covid-19) on the Post-Traumatic Stress Disorder and Revisit Intention of Hotel Guests. Journal of Hospitality and Tourism Management, 46(2021), 327-335.
- Yu, J., Seo, J. & Hyun, S. S. (2021b).** Perceived Hygiene Attributes in the Hotel Industry: Customer Retention Amid the Covid-19 Crisis. International Journal of Hospitality Management, 93, 102768.

6. EXTENDED ABSTRACT

The risk perceptions of tourists about the travel destination are an important determinant in their repeat visits (Hasan et al., 2017: 1). In addition, Cooper (2005) reveals in his study that a perceived risk such as SARS has a great effect on tourist behavior. According to some studies in the literature, the risk perceptions of tourists affect all decision-making processes, including their decisions about the organization, timing and destination selection of travel (Sonmez & Graefe, 1998a; An et al., 2010; Cetinsoz & Ege, 2013; Artuğer, 2015; Karl & Schmude, 2017). The risk perceptions of tourists also vary according to personal factors (Glaesser, 2003). Previous researchers have examined health risks in many factors such as gender, age, education level (Lan

et al., 2016; Tvinnereim et al., 2017). The aim of the study is to measure the perceived risk and behavioral intentions of domestic tourists towards the Safe Tourism Certificate. Turkey's Safe Tourism Certification Program presents a series of measures recommended for all Turkish citizens and foreign visitors who will spend their holidays in Turkey, from transportation to accommodation, from facility staff to the health status of passengers (Ministry of Culture and Tourism, 2020). Quantitative research methods were used in the research and the questionnaire technique was used as a data collection tool. Data obtained from 324 participants between 15 December 2021 and 15 January 2022 were evaluated. Research data were analyzed with SPSS 15 program. The survey consists of 2 parts. The first part consists of descriptive questions to measure the demographic characteristics and travel experiences of the participants. The second part of the questionnaire includes Safe Tourism Certificate Perception Scale, Risk Perception Scale and finally Travel Behavior Scale. The hypotheses of the research;

H1: The risk perceptions of the participants differ according to their gender.

H2: The risk perceptions of the participants differ according to their marital status.

H3: The risk perceptions of the participants differ according to their childbearing status.

H4: Risk perceptions differ according to the age of the participants.

H5: Risk perceptions differ according to the education level of the participants.

H6: The risk perceptions of the participants differ according to their profession.

H7: Risk perceptions differ according to the participants' overseas travel experiences.

H8: Risk perceptions differ according to the travel frequency of the participants.

H9: Participants' risk perception affects their purchasing behavior negatively.

H10: Participants' positive perception of Safe Tourism Certificate affects the perceived risk negatively.

H11: The positive perception of the participants with the Safe Tourism Certificate affects their purchasing behavior positively.

As a result of the research, it was found that most of the participants were female, between the ages of 25-34 and had a bachelor's degree. In addition, it has been found that women consider staying in accommodation facilities more risky than men during the Covid-19 pandemic. This result is in line with studies that found women to be more sensitive to health risks than male participants (Lepp & Gibson, 2003; Reichel et al., 2007; Reisinger, 2009; Karamustafa & Erbaş, 2011; Temeloğlu, 2015). In other words, due to the fact that women are more sensitive to risky situations, they find accommodation businesses more risky than men during the Covid-19 process. Another result of the research is that public employees and students have higher accommodation risk perception than private sector employees. This may be due to the fact that private sector employees have a higher risk tolerance than public employees and students. In the research, it has been determined that the risk perception of the participants who stay in a facility with a Safe Tourism Certificate is lower. This result is in line with the results of Rittichainuwat and Chakraborty (2009), Fuchs and Reichel (2011) and Ateşoğlu and Türker (2014) in their studies that first-time travelers perceive their health risks more severely than those who travel more frequently. Similarly, in the study, it was found that the perception towards the Safe Tourism Certificate affected the risk perception. In short, the accommodation of individuals in appropriate hygienic conditions in establishments with Safe Tourism Certificate causes them to perceive lower levels of risk. Based on this, it can be said that the Safe Tourism Certificate has achieved its purpose for consumers to feel safe. It has been determined that there is no effect on the effect of overseas travel experience on risk perception. This result contradicts the studies of Reichel et al. (2007) and Qi et al. (2009), which stated that those with overseas travel experience have lower risk perceptions. The reason for this may be the belief that Turkey continues its tourism activities in healthier conditions compared to many other

countries. In the study, it was found that individuals who plan to take a vacation in the near future see accommodation as less risky than others. Another result is in the same direction as the result that risk perception affects the behavioral intentions of people to participate in tourism. Similar results are in line with the results of Rittichainuwat and Chakraborty (2009), Fuchs and Reichel (2011), Ateşoğlu and Türker (2014) studies, that high risk perceptions in terms of health may prevent tourists from traveling in the future. In this respect, it would be appropriate both to take measures to reduce the risk perception for potential tourists in tourism activities and to announce these measures to potential tourists within the framework of marketing activities. The main result of the study is the conclusion that the Safe Tourism Certificate affects risk perception and behavioral intentions. It has been concluded that the Safe Tourism Certificate reduces the risk perception and supports the participation of people in tourism activities with a low risk perception. This result is in line with previous research (Sánchez-Cañizares et al., 2020; Rahmaftria, 2021; Teeroovengadum et al., 2021; Yu et al., 2021a). In short, it can be said that the Safe Tourism Certificate reduces the risk perception and encourages people to participate in tourism. In this respect, focusing on the promotion activities carried out at home and abroad in order to increase the awareness of the Safe Tourism Certificate and increasing the efforts to persuade the travel planners will increase the positive result obtained and make Turkey's tourism advantageous in competition. This research was carried out with 324 participants, and the number of participants who knowingly made accommodation with the Safe Tourism Certificate was limited at the time of the research. It may be suggested to the academy to conduct research in which more individuals are included in the sample, with a higher number of participants and who prefer accommodation establishments with Safe Tourism Certificate in future studies.



Article ID	: 64734
Article Type	: Review Article
Corresponding Author	: Rana ŞAT
Year	: 2022
Volume	: 1
Issue	: 1
Page	: 58-70
Arrival Date	: 24.08.2022
Revision Date	: 25.09.2022
Acceptance Date	: 28.09.2022
Published Date	: 30.09.2022
How to Cite This Article	: Şat, R. (2022). Ankara Bölgesindeki Coğrafi İşaretli Yemeklerin Sürdürülebilir Turizme Katkısı. <i>International Journal Of Tourism And Destination Studies (IJOTADS)</i> , 1(1), 58-70.

IJOTADS is Licensed Under A Creative Commons Attribution- Non-Commercial 4.0 International License.

ANKARA BÖLGESİNDEKİ COĞRAFI İŞARETLİ YEMEKLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZME KATKISI

THE CONTRIBUTION OF GEOGRAPHICAL MEALS TO SUSTAINABLE TOURISM IN ANKARA REGION

Rana ŞAT

Bilim Uzmanı, Bağımsız Araştırmacı, Muğla/Türkiye. Rana_sat_95@hotmail.com,
ORCID ID: 0000-0003-0519-5524

ÖZET

Günümüzde coğrafi işarete sahip olan yöresel yemekler, turistlerin seyahat tercihlerinde seyahat çekicilik unsuru olarak nitelendirilen yemekler şehirlerin tanıtımında etkin rol oynamaktadır. Coğrafi işarete sahip yöresel yemeklerin sürdürülebilir turizme katkısı üzerine yürütülen çalışmada nitel analiz yöntemlerinden doküman incelemesi kullanılmıştır. İncelenen dokümanlar, İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri tarafından basımı gerçekleştirilen tanıtım broşürleri, literatürde yer alan çalışmalar ve yöresel yemek fuarları broşürlerinden oluşmaktadır. Araştırma kapsamında incelenen tanıtım broşürleri, 20-24 Ekim 2021 tarihinde Antalya'da gerçekleştirilen Yöresel Yemekler Fuarı'nda tanıtım standı olan 42 standdan elde edilmiştir. Tanıtım broşürlerinde yer alan yöresel yemekler, Türk Patent ve Marka Kurumu'nun resmi internet sitesinde yer alan "Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı İstatistikleri" ile karşılaştırılmıştır. Araştırma analizleri 4-10 Eylül 2022 tarihinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamına dahil edilen illerin 332 adet coğrafi işaretli ürünü 90 adet yöresel yemeği bulunmaktadır. Tanıtım broşürlerinde ise 25 adet coğrafi işaretli yemeğe yer verildiği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda ise coğrafi işaretli ürün olabilecek yöresel yemeklerin ve sürdürülebilir turizme olan katkısı listeler halinde sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaret, Yöresel Yemek, Tanıtım, Sürdürülebilir Turizm.

ABSTRACT

Today, local dishes with geographical indications, dishes that are considered as a travel attraction in tourists' travel preferences, play an active role in the promotion of cities. In the study carried out on the contribution of regional dishes with geographical indications to sustainable tourism, document analysis, one of the qualitative analysis methods, was used. The documents examined consist of promotional brochures published by the Provincial Culture and Tourism Directorates, studies in the literature and brochures of local food fairs. The promotional brochures examined within the scope of the research were obtained from 42 stands, which were promotional stands at the Local Food Fair held in Antalya on 20-24 October 2021. The local dishes in the promotional brochures were compared with the "Geographical Indication and Traditional Product Name Statistics" on the official website of the Turkish Patent and Trademark Office. Research analyzes were carried out on 4-10 September 2022. The provinces included in the scope of the research have 332 geographically indicated products and 90 regional dishes. It was concluded that 25 geographically marked dishes were included in the promotional brochures. As a result of the research, the contribution of local dishes that can be geographically marked products and their contribution to sustainable tourism are presented in lists.

Keywords: Geographical indication, Local food, Promotion, Sustainable Tourism.

1. GİRİŞ

Turizm anlayışı dünyada yer alan bütün değişim ve gelişimlerden etkilenmektedir. Birçok disiplin ile etkileşim halinde olması turizm taleplerini doğrudan etkilemektedir. Destinasyonları ziyaret eden turistler yeme ve içme eylemlerini zorunlu biyolojik bir eylem olarak değil farklı toplumsal birliklerin oluşmasında sosyal, kültürel ve psikolojik açıdan da bir doyum olarak görmektedirler. Bu nedenle günümüzde turistler ziyaret ettikleri destinasyonların kültürlerinin bir yansıması olan yöresel yemekleri de merak etmektedir. Strugar (2014)'a göre yeme-içme eylemi, kültürel kimlik ile yakından ilişkilidir. Yöresel yemekler destinasyonların sahip olduğu kimlik aracılığıyla yerel kültürün yansıtılması ve deneyimlenmesi açısından çekicilik unsuru olarak görülmektedir (Lee, 2014). Destinasyon kültürünü tanımak isteyen bireyler, yöresel yemekleri tatmak amacıyla seyahat etmektedir. Bu durum ev sahibi olan destinasyonun yemekleri sayesinde kültürel özelliklerini öğretmekle tanıtması anlamına gelmektedir. Bu sayede yöresel yemekler turistler için aynı zamanda kültür turizmi anlamına gelmektedir (Yüncü, 2010). Destinasyonda yöresel yemekleri tatma fırsatı bulan turistler için o bölgenin yemek kültürü, şu an hayatta olmayan insanların yaşamış oldukları bölgede yer alan kaynaklar, inançlar, teknoloji ve sağlık koşulları hakkında birçok konu üzerinde fikir sahibi olmasını sağlamaktadır (Wahlqvist & Lee, 2007). Bu bağlamda destinasyonun sahip olduğu kültür, sanat, dil, edebiyat, müzik, yemek ve dinsel ritüelleri gibi birçok konuyu da açığa çıkarmaktadır. Yöresel yemekler yalnızca insanlara bir yere ait olan kültürel bir toprak parçasına bağlı kılmaz aynı zamanda kime ait olduğu ve nereye ait oldukları ile ilgili de detaylı bilgi vermektedir (Delind, 2006). Yöresel ürünlerin ve yemeklerin sahip olduğu coğrafi işaret ise, ürünlerin birbirinden ayrılması, tüketiciler tarafından ürünlerin menşelerinin bilinmesine katkı sunmaktadır. Bu durum bölgedeki marka ürünlerin açığa çıkmasına imkân tanıyarak, ürünlerin coğrafi kökenlerinin önemini ortaya koymaktadır. Yerel halkın ekonomisinde yöresel ürünler bir araç olarak kullanılabilir. Coğrafi işaretli ürünlerin yerel ve yöresel unsur olarak özelliklerini koruyabilmeleri bu nedenle önemlidir. Yöresel ürünlerin taklitlerinden korunabilmesi ve yerel üreticilerin ekonomik gelir elde edebilmeleri için Avrupa ülkeleri başta olmak üzere dünya üzerinde birçok coğrafi işaret uygulamalarına başvurularak, yasalar çıkartılmıştır (Ertan, 2010). Bu sebeple 1992 yılında ilk olarak Fransa gibi ülkelerde bazı ürünlerinde koruma modülü geliştirilmiştir. Daha sonrasında ise uluslararası coğrafi işaret sistemi şekillenmeye başlamıştır. Avrupa Birliği'ne üye olan ülkelerin yöresel gıdalarında coğrafi işaretlerin uygulanması yaygınlaşarak yürürlüğe konulan kanunlar her ülkenin kendi bünyesinde yer alan farklı ürünler, coğrafi işaretlerin kayıt altına alınması yaygınlaşmıştır. Bu kanunlar kapsamında; tarım ürünleri, yöresel yemekler, geleneksel yemekler, süt ürünleri, el sanatları, alkollü içecekler, alkolsüz içecekler, dokumacılık ve maden ürünleri alanında birçok ürüne coğrafi işaret verilmiştir (Orhan, 2010; Nizam, 2011). Türkiye'de coğrafi işaretler ile koruma altına alınan yöresel yiyecek ürünleri ve yöresel ürünlerin zenginliği birlikte değerlendirildiğinde, ülke ekonomisi için önemli bir üretim potansiyelinin varlığı ortaya çıkmıştır. Varolan ürünlerin coğrafi işaret alması yerel istihdam ve yerel ürünlerin katma değerlerinin artmasıyla birlikte yöresel ürün üretiminin sürdürülebilirliğine de katkı sağlamaktadır. Bu sayede "yöresel yemek ve ürünler" kategorisine giren ürünler, piyasa değerinin %20'sinin üstünde bir rakamda alıcı bulabilmektedir. Destinasyon açısından bakıldığında yerel ekonomiye yöresel ürünlerin turizm açısından katkısı yadsınmaz. Somut olmayan kültürel mirasın önemli bileşenlerinden yiyecek ve içeceklerin kültürü bu açıdan önem arz etmektedir (Çevik & Saçılık, 2011). Bölgeye gelen turistlerin yöresel yemek ve yöresel kültürleri deneyimlemek için gelmesi turizmin sürdürülebilirliğine katkı sunarak, bölgenin tanınmasında çekici unsur haline gelmektedir. Bu bağlamda bu araştırmanın amacı, Ankara iline ait yöresel yemek ve coğrafi işaretli ürünlerin tespit edilmesi sağlanarak bölgenin tanıtılmasında yöresel yemeklerin tanıtılmasının sürdürülebilir turizme olan katkısı değerlendirilmiştir. Ankara yöresel yemeklerinin sunulduğu fuarlar ve etkinlikler dikkate alınarak değerlendirme sağlanmıştır.

1.1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Yöresel Mutfak Kavramı ve Gastronomi Turizmi

Yemek, bireylerin günlük yaşamını devam ettirebilmesinin en temel gereksinimlerinden biridir.

İnsanlar yemek ve içecek satın alma faaliyetinde bulunurken tüketici tercihleri ön plana çıkmaktadır. Yöresel yemekler ise destinasyon ziyareti yapan bireyler açısından turizm sektöründe büyük öneme sahiptir. Bu nedenle günümüzde turizm sektöründe yöresel yemeklerin rolü ve turist deneyimleri konuları üzerine çok sayıda akademik çalışmanın varlığından söz etmek mümkündür (Birch & Emery, 2020). Yöresel yemek ve mutfak kavramı, bir destinasyona veya yöreye ait olan yiyecek ve içeceklerin taşıdığı yerel özellikleri tanımlamak için kullanılmaktadır. Yiyecek ve içecekler dışında, destinasyona ve yöreye özgü pişirme teknikleri ve ekipmanlar gibi durumlar da içerisinde barındıran yöresel mutfak kavramının önemli faktörlerini oluşturmaktadır (Şengül & Türkay, 2017). Destinasyonda yetiştirilen bu ürünler ve yerel halkın kültürel birikimlerinin birleşimiyle oluşan ve zaman içinde yöresel hale gelen geleneksel yemekler, özellikle özel günlerde ve geleneksel törenlerle yapılarak yerel halk tarafından diğer yemeklerden daha önemli görülmektedir (Hatipoğlu ve ark., 2013; Büyükaşvalırcı ve ark., 2016). Yöresel yemekler, belirli bir destinasyona ya da yöreye özgü olması yanı sıra, üretimi ve pişirme teknikleri, tüketilmesi, sunum tarzı ve lezzeti gibi özellikler açısından diğer yemeklere nazaran farklılıklara sahiptir (Yenipınar & Kart Gölgeci, 2015). Turizm sektörü değerlendirildiğinde birçok alternatif turizm çeşitinin varlığından söz etmek mümkündür. Günümüzde turistlerin değişen bakış açıları, tercihleri ve yöresel yiyecekler için destinasyon tercih etmeleri gastronomi turizminin gelişimine katkı sunmuştur (Kumar, 2019). Sharples & Hall (2004) gastronomi turizminin gelişmesinde birincil ve ikincil gıda üretimi gerçekleştiren firmaların, yöresel yemek festivallerinin, yöresel ürün hizmeti sunan yiyecek içecek işletmelerinin ve kaliteli yöresel gıda ürünlerinin tadımıyla belirli destinasyonlar üzerinde yapılan ziyaretler açısından önemlidir. Öney (2013) gastronomi turizminin, farklı destinasyonların yöresel yemek kültürünün kendine has yöresel lezzetlerini deneyimleyerek farklı kültür mutfaklarının özelliklerini öğrenmek için önemli olduğunu vurgulamaktadır.

Gastronomi turizmi açısından bakıldığında destinasyonlarda sunulan yöresel yemeklerin sahip olduğu özellikler turistlerin dikkatini çekmektedir (Şengül & Türkay, 2016). Yöresel mutfaklar destinasyonların kültürlerini ve yaşam tarzlarını tasvir etmek açısından önem arz etmektedir. Destinasyonların sunduğu yöresel yemekler turistler açısından destinasyon seçiminde çekici bir güç olabilmektedir (Okumuş, Okumuş ve ark., 2007; Björk & Kauppinen- Raisanen, 2016; Kumar, 2019). Turistler açısından destinasyon bölgelerinde farklı yöresel mutfakları deneyimlemek ve yöresel ürün hizmeti sunan yiyecek içecek işletmelerini ziyaret etmek daha fazla destinasyon bölgesinin kültürü hakkında bilgi edinmeleri açısından önem arz etmektedir (Hernandez-Rojas ve ark., 2021). Alanyazın incelendiğinde, Demir (2011) destinasyon bölgelerinin tercihinde etkili olan faktörlerin başında yöresel yemeklerin %27,2 ile ikinci sırada yer aldığını ifade etmiştir. Canizares & Lopez-Guzman (2012) tarafından yapılan araştırmada, turistlerin %24,4'ünün destinasyon ziyaretlerini gastronomi turizmi için ziyaret ederek yöresel ürünleri deneyimlediğini ortaya koymuştur. Karaman (2017) Gaziantep ilini ziyaret eden turistlerin %40,4 'ünün destinasyonu ziyaret etmek için yöresel yemekleri merak etmiş olduklarını belirtmiştir. Işkın (2021) tarafından yapılan araştırmada, turistlerin %50,6'sının turizm faaliyetlerine katılmalarının temel nedeninin gastronomi turizmi olduğunu ve yöresel yemekleri deneyimlemek için ziyaret gerçekleştirdiklerini tespit etmiştir. Bu bilgiler ışığında, yöresel yemeklerin gastronomi turizmi açısından tanımlamaları yapılarak destinasyon tanıtımı ve turist destinasyon ziyaret seçiminde çekici bir unsur olarak kullanılmasının turistler tarafından tercih edildiği görülmektedir. Hem bölgesel hem ulusal olarak yöresel yemeklerin yerel ekonomiye ve turizmin sürdürülebilir hale gelmesine katkı sunduğunu söylemek mümkündür (Sims, 2009; Şengül & Türkay, 2016).

1.2. Ankara'da Gastronomi Turizmi ve Yöresel Yemekleri

Yeme alışkanlığı olarak Ankara ili İstanbul iline benzerlik göstermektedir (Alabacak, 2018). Fakat Ankara'da yaşayan göçebe toplulukların yeme alışkanlıklarının daha baskın olduğu öne sürülmektedir. Sauber (2008) Ankara ilinin İstanbul iline oranla daha az balık tükettiğini ifade etmektedir. Ankara iline özgü yöresel yemeklerin bazıları şu şekilde sıralanmaktadır; Kol böreği, Mantı, Tirit, Musakka, Çılbır, Kömbe, Arabaşı Çorbası, Bulgur Çorbası, Çalma Aşı, Düğün Çorbası, Erişteli Yeşil Mercimek Çorbası, Mantı Çorbası, Mercimekli Tarhana Çorbası, Tutmaç

Çorbası, Yarmalı Köy Tarhanası, Ankara Tavası, Ankara Fırın Tavası, Ankara Yaprak Döneri, Ballı Tirit, Beypazarı Güveci, Çökel, Etlı Tiriti, Fırın Aşı, Homaça, Kızılcahamam Desti Kapama, Kuzu Saç Kavurma, Sazan Balığı Köftesi, Sırım, Tavuk Paçası, Uruş Kapama, Daneli Patates, Etlı Yaprak Sarma, Helep Dolması, Sebzeli Güveç (Beypazarı usulü), Silkme, Zeytinyağlı Kuru Biber Dolması, Zeytinyağlı Pazı Dolması, Beypazarı Yaprak Sarması, Bici Aşı, Islama, Keme, Kezi Pancarı Yemeği, Kuru Domates Yemeği, Madımak Yemeği, Patlatma, Ay Çöreği, Bayram Çöreği, Beypazarı Kuruşu, Beypazarı Simidi, Gözleme, Kaşık Atması, Kaygana, Koçhisar Usulü Tahinli Pide, Kül Çöreği, Kutlu Dügün Somonu, Tandır Çöreği, Tava Böreği (Bohça Böreği), Yabanabat Pidesi, Yarımca, Yazma Çöreği, Yufka Böreği, Yukarı Çavundur Ekmeği, Börüceli Bulgur Pilavı, Çiğdem Soğanlı Bulgur Pilavı, Etlı Pilav, Kapama Pilavı, Keşli Makarna, Koçhisar Usulü Bulgur Pilavı, Öllügün Körü, Beypazarı Baklavası, Cevizli Pekmez Sucuğu, Çıkınağıl Asıdası, Çir Hoşafı, Çir Kavurması, Gazete Baklavası, Haside Tatlısı, Höşmerim, Karga Beyni, Köfter (Köyter), Malak, Nallıhan Usulü Höşmerim, Öküz Helvası, Pişmaniye (Kırkbıyık), Sarığı Burma (Serale-Saraylı), Şibit Tatlısı (Şepit), Zerde, Yemlik Cacığı, Çubuk Kelek Turşusu, Çubuk Salatalık Turşusu, Koruk Şerbeti, Vişne Hoşafı'dır (Ankara İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022).

1.3. Ankara İli Coğrafi İşaretli Ürünleri

Türk Patent ve Marka Kurumundan yapılan sorgulamalar neticesinde 2022 itibariyle Ankara'da toplam 38 adet coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır. Bu ürünler şu şekilde sıralanmaktadır; Ankara Döneri, Akyurt Fıtı Çorbası, Akyurt Homaçası, Akyurt Soğuk Çorbası, Akyurt Tandır Böreği, Akyurt Toyga Çorbası, Ankara Erkeç Pastırması, Akyurt Tutmaç Aşı Çorbası, Ankara Simidi, Ankara Tava, Beypazarı Kuruşu, Gölbaşı Sevgi Çiçeği, Beypazarı Cevizli Tatlı Sucuk, Kalecik Ekmeği, Kalecik Karası Üzümü, Ayaş Dutu, Kalecik Çöreği, Beypazarı Dolması/Beypazarı Yaprak Sarması, Kızılcahamam Bazlaması, Nallıhan Örmesi, Nallıhan İğne Oyası, Beypazarı Havuç Lokumu, Polatlıhan Soğanı, Çamlıdere Höşmerim Tatlısı, Beypazarı Höşmerim Tatlısı, Çubuk Agat Taşı, Çubuk Turşusu, Beypazarı Kuruşu, Kalecik Ekmeği, Kalecik Karası Üzümü, Kalecik Çöreği, Kazan Kavunu, Kızılcahamam Bazlaması, Mamak Kutludügün Ekşi Maya Ekmeği, Polat Soğanı, Çubuk Homaçası, Çubuk Vişnesi, Şereflikoçhisar Tahinli Pidesi'dir (Türk Patent Kurumu, 2022).

1.4. Yöresel Ürünlerin Sürdürülebilir Turizm Üzerindeki Etkisi

Yöresel yemekler destinasyon bölgesinin kültürel kimliğini yansıtarak bölgenin tanıtılmasının yanı sıra bölgeye daha çok turist gelmesine katkı sunmaktadır. Bu sayede bölgeye gelen turistler bölgeyi ziyaret etmek isteyen kişilere yerel ve yöresel ürünlerden söz ederek destinasyon bölgesinin çekici hale gelmesinde büyük rol oynarlar. Destinasyon bölgesine sürekli turist akışının sağlanması bölgenin turizm hareketinin sürdürülebilir hale gelmesine ve düzen arz etmesine katkı sağlamaktadır. Çalışkan (2013) gastronomi turizminin, yöresel yemekler sayesinde bölgenin kültürel kimliğini ve mirasını yansıtmada önemli bir faktör olduğunu belirtmiştir. Bu sayede yerel destinasyonun rekabet avantajı sağlayarak sürdürülebilir hale geldiğini ifade etmektedir. Durlu Özkaya ve arkadaşları (2013) sürdürülebilir gastronomi turizmde coğrafi işaretli ürünlerin ve yöresel yemeklerin önemli bir etkisi olduğunu öne sürmüştür. Bu sayede coğrafi işaretli ürünlerin yöresel ve yerel değerleri yansıtarak geleneksel gastronominin kültürel mirasları koruma altına alarak yerel tarımsal faaliyetleri desteklediğini, yerel ekonomiye değer kattığını ve coğrafi işaretli yöresel ürünler ve yemekler sayesinde bölgenin daha tanınır hale geldiğini ifade etmek mümkündür. Bölgeye ait olan coğrafi işaretli yöresel ürünlerin ve yemeklerin belirlenmesinde yerel paydaşların ve yerel üreticilerin de sürece dahil edilmesi olumlu sonuçlar elde edilmesine fırsat sunmaktadır.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Amacı ve Ölçeği

Araştırmada nitel bir yöntem izlenmiştir. Bu kapsamda Ankara İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından yayınlanan il tanıtım kataloğunda yer alanlar başta olmak üzere, Ankara Ticaret ve Sanayi Odası, Tüyp, Expo, Türk Patent Kurumunda yer alan veriler incelenerek, Literatür

incelemesi yapılmıştır. Toplamda 35 yöresel yemek fuar standı incelemesini kapsamaktadır. Çalışmada veri toplamak amacıyla doküman incelemesi ve literatür taraması yapılmıştır. Doküman incelemesi, araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsamaktadır. Dokümanlar, nitel araştırmalarda etkili bir şekilde kullanılması gereken önemli bilgi kaynakları olarak ifade edilmektedir. Doküman incelemesi; kolay ulaşılamayacak öznelerle ulaşılması, tepkiselliğin olmaması, örneklem büyüklüğü ve özgünlük gibi özelliklerden dolayı güçlü bir analiz yöntemi olarak ifade edilmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2016). Doküman incelemesi yaparken izlenmesi gereken aşamalar bulunmaktadır. Bu aşamalar, araştırma probleminin niteliğine, doküman incelemesi sonucunda elde edilmeyi hedeflenen veriye veya dokümanlara ne kadar kapsayıcı ve derinlemesine incelenmesi talep edildiğinde bağlı olarak yeniden yorumlanabilmektedir. Doküman incelemesi için; dokümanlara ulaşma, özgünlüğünü (orjinallliğini) koruma ve kontrol etme, dokümanları arama, veriyi analiz etme ve veriyi kullanma olmak üzere beş aşamadan oluşmaktadır (Forster, 1995). Araştırmada kullanılan dokümanlara; 20-24 Ekim 2021 tarihinde Antalya’da gerçekleştirilen Yöresel Yemekler Fuarı’ndaki broşürlerden ve tanıtım standı olan 35 standdan elde edilmiştir. Ulaşılan broşürlerin basımı Ankara İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri tarafından gerçekleştirilmiştir. Söz konusu tanıtım broşürlerinde bulunan “yöresel yemekler” bölümü incelenerek tanıtım broşürlerinde yer verilen yöresel yiyeceklerin coğrafi işarete sahip olma durumları değerlendirilmiştir. Sormaz (2017)’nin çalışmasından faydalanılarak Ankara iline uyarlanmıştır. Ankara ilinin coğrafi işaretli ürünlerini ve yöresel yemeklerinin Ankara ilini tanıtmada önemi vurgulanarak sürdürülebilir turizme olan katkısını belirlemek amacıyla yönetilmiştir. Devamında yöresel ürünlere öneriler ve gelecek araştırmalarda yürütülmesi gereken konular hakkında öneriler sunulmuştur.

3. BULGULAR

Ulusal literatür incelendiğinde, yöresel yemeklerin yiyecek içecek işletme menülerinde yer verilme durumu (Sandıkçı ve ark., 2015; Dünder Arıkan, 2017; Bayat, 2018; Yıldırım ve ark., 2018; Akkuş & Şimşek, 2019; Kızılgöçü, 2019; Ray & Demirtaş, 2019; Sormaz ve ark., 2020; Bayat, 2020) inceleyen birçok çalışmanın varlığından söz etmek mümkündür. Fakat coğrafi işaretli ürünlerin yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yer alma durumu ile ilgili çalışma sayısı oldukça kısıtlı olduğu görülmektedir (Yazıcıoğlu ve ark., 2019; Işın & Yalçın, 2020; Kendir, 2020; Yıldız & Akdemir, 2020). Ankara özelinde coğrafi işaretli ürünlerin ve yöresel yemeklerin yiyecek içecek işletmelerinde yer alması, fuar alanlarında tüm yöresel ürünlere yer verilmesine yönelik bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu durum araştırmanın özgünlüğünü ortaya koymaktadır. Araştırmanın evrenini Ankara ilinin katıldığı fuarlar, başvuru sağladığı coğrafi tesciller oluşturmaktadır. Araştırmada, sosyal bilimler alanında sıklıkla kullanılan nitel araştırma yöntemlerinden doküman ve literatür inceleme yöntemlerinden faydalanılmıştır. Araştırma kapsamında incelenen tanıtım broşürleri toplam 42 adet destinasyon standından elde edilmiştir. 42 tanıtım standının; iki tanesi yabancı ülkelere, 35 tanesi illere altı tanesi de ilçelere aittir. Fuarda standı olan ancak araştırma kapsamına dahil edilmeyen destinasyonlardan farklı bir ülke olmasından dolayı Katar’dır. İlçe kategorisinde yer alan destinasyonlar olanlar ise; Kale, Çaldıran, Çeşme, Edremit, Seferihisar ve Milas’ın bağlı buldukları iller içerisine dahil edilerek toplam 35 destinasyon olarak değerlendirilmiştir. Söz konusu ilçelerin bağlı buldukları ilçelerin içerisinde dahil edilmeyen illerin dahil edilmeme sebebi coğrafi işaretli ürünlerin sadece il kategorisi içerisinde yer verilmiş olmasıdır. Araştırma fuarda tanıtım standı olan ve araştırma kapsamına dahil edilen iller; Ankara, Adana, Ağrı, Balıkesir, Ardahan, Bingöl, Bartın, Muğla, Çankırı, Diyarbakır, Bitlis, Erzincan, Gümüşhane, Elâzığ, Hatay, İzmir, Hakkâri, Kars, Kayseri, Karabük, Kocaeli, Malatya, Kırşehir, Kırıkkale, Mardin, Ordu, Muş, Rize, Osmaniye, Trabzon, Sivas, Tunceli, Yalova ve Van’dır. Söz konusu illerin coğrafi işarete sahip olan yiyeceklerinin listesi araştırmanın gerçekleştirildiği tarihlerde (10.08.2022-29.08.2022) Türk Patent ve Marka Kurumu’nun resmi internet sitesinde yer alan “Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı İstatistikleri” verilerinden derlenerek aşağıdaki Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Türk Patent ve Marka Tescil Kurumuna Göre İllerin Sahip Oldukları Coğrafi İşaretli Yiyecekler

Bölge	İller	Coğrafi İşaretli Yiyecekler	f	Σ
Akdeniz Bölgesi	Osmaniye	Osmaniye Yer Fıstığı	1	4
	Adana	Adana Kebabı	1	
	Hatay	Antakya Künefesi, Antakya Sürkü (Antakya Çökeleği)	2	
Ege Bölgesi	Muğla	Bodrum Mandalini, Fethiye Kaya İnciri, Fethiye Tahini, Kavaklıdere Cevizi, Köyceğiz Portakalı, Marmaris Çam Balı, Milas Tepsi Böreği, Milas Yağlı Zeytini, Milas Zeytinyağı, Milas Çekişke Zeytini, Muğla Göce Tarhanası, Muğla Köftesi, Muğla Saraylısı, Muğla Çam Balı,	14	22
	İzmir	Bergama Kozak Çam Fıstığı, Bozdağ Kestane Şekeri, Urla Sakız Enginarı, Ödemiş Patatesi, İzmir Boyozu, İzmir Kumrusu, İzmir Lokması, İzmir Şambalisi	8	
Doğu Anadolu Bölgesi	Ağrı	Doğubayazıt Abdigör Köftesi	1	24
	Ardahan	Ardahan Çiçek Balı	1	
	Bingöl	Bingöl Çıbantaşı Kavurması	1	
	Bitlis	Bitlis Büryan Kebabı	1	
	Elâzığ	Ağın Leblebisi, Elâzığ Öküzgözü Üzümü, Elâzığ Orciği	3	
	Erzincan	Cimin Üzümü, Erzincan Tulum Peyniri	2	
	Hakkâri	Hakkâri Doleme, Hakkâri Doğaba, Hakkâri Kırıs	3	
	İğdir	İğdir Taş Köfte Yemeği	1	
	Kars	Kars Kaşarı, Kağızman Uzun Elması	2	
	Malatya	Arapgir Köhnü Üzümü, Arapgir Mor Reyhanı, Malatya Dalbastı Kirazı, Malatya Kayısısı	4	
	Muş	Muş Çortı Turşusu, Muş Çortı Aşı	2	
Tunceli	Tunceli Şorbik Çorbası	1		
Van	Murtuğa, Van Keledoşu, Van Otlı Peyniri	2		
Güney Doğu Anadolu Bölgesi	Mardin	Mardin Kaburga Dolması, Mardin Kibe, Mardin Sembusek, Mardin İkbebet, Mardin İmlebes (Badem Şekeri), Mardin Bulguru, Mardin Kiliçe Çöreği, Midyat Acuru, Midyat Kavunu, Midyat Tandır Ekmeği, Midyat Turşusu, Midyat Zeynebi Üzümü, Midyat İnciri, Ömerli Karfoki Üzümü	14	62
	Diyarbakır	Diyarbakır Burma Kadayıfı, Diyarbakır Karpuzu, Diyarbakır Örgü Peyniri, Diyarbakır Armut Tatlısı, Diyarbakır Ayvalı Kavurması, Diyarbakır Ayvalı Köfte, Diyarbakır Babaganuç, Diyarbakır Badem Ezmesi, Diyarbakır Boğazkere Üzümü, Diyarbakır Cimili Tatlısı, Diyarbakır Ciğer Kebabı, Diyarbakır Dalak Dolması, Diyarbakır Duvaklı Pilavı, Diyarbakır Ekşili Dolması, Diyarbakır Erikli Yaz Türlüsü, Diyarbakır Et Eşkenesi Yemeği, Diyarbakır Gebol Yemeği, Diyarbakır Gendüme Aşı, Diyarbakır Habenisk Çorbası, Diyarbakır Hedik Yemeği, Diyarbakır Hırçıklı Meftunesi, Diyarbakır Kabak Meftunesi, Diyarbakır Kaburga Dolması, Diyarbakır Kemikli Kebabı, Diyarbakır Kenger Boranisi, Diyarbakır Kengerli Bulgur Pilavı, Diyarbakır Kibe Mumbur, Diyarbakır Kulak Çorbası, Diyarbakır Kuru Dolması, Diyarbakır Kürt Mustafa Çorbası, Diyarbakır Lebenisi, Diyarbakır Mastava Aşı Yemeği, Diyarbakır Meyir Çorbası, Diyarbakır Nardan Aşı, Diyarbakır Patlıcan Meftunesi, Diyarbakır Patlıcan Kazan Kebabı, Diyarbakır Pencegoşt Pilavı, Diyarbakır Perdeli Ciğer Kebabı, Diyarbakır Simindirik Çorbası, Diyarbakır Tavuk Eşkenesi, Diyarbakır Tirit Yemeği, Diyarbakır Üsküne Kebabı (Diyarbakır Tas Kebabı), Diyarbakır İncaz Hoşafı, Diyarbakır İçli Köftesi, Diyarbakır Şehriyesi, Karacadağ Pirinci, Çermik Biberi	48	
Karadeniz Bölgesi	Bartın	Bartın Ağda Tatlısı, Bartın Beyaz Baklavası, Bartın Gözlemesi, Bartın Kabak Burma Tatlısı, Bartın Piriçli Mantısı, Bartın Tatlı Böreği, Bartın Yumurtalı İspit Yemeği, Bartın Çöven Ekmeği, Bartın İncir Dondurması	9	53
	Gümüşhane	Gümüşhane Dut Pestili, Gümüşhane Ekmeği, Gümüşhane Kömesi, Gümüşhane Sironu, Gümüşhane Deleme Peyniri, Gümüşhane Dölek Güveci, Gümüşhane Şeker Fasulyesi, Kelkit Ketesi, Kelkit Şeker Fasulyesi, Kürtün Araköy Ekmeği	10	
	Karabük	Eflani Hindî Bandırması, Safranbolu Lokumu, Safranbolu Safranı, Safranbolu Kıtır, Safranbolu Maniye Domatesi	5	
	Ordu	Akkuş Şeker Fasulyesi, Kabataş Helvası, Ordu Perşembe Ceviz Helvası, Ordu Yayla Pancarı Turşusu (Ordu Dürme Turşusu), Ordu Galdirik Kavurması, Ordu Kivisi, Ordu Sakarca Mıhlaması, Ordu Taflan Turşusu, Ordu Tostu, Yalıköy Köftesi	10	
	Rize	Derepazarı Pidesi, Çayeli Kurufasulye Yemeği, Rize Simidi, Anzer Balı, Ayder Balı, Rize Baston Ekmek Rize Enişte Lokumu, Rize Kavurması, Rize Muhlaması, Rize Pepeçurası, Rize Çayı, Çayeli Koloti Peyniri	12	
	Trabzon	Akçaabat Köftesi, Hamsiköy Sütlacı, Sürmene Pidesi, Tonya Tereyağı, Vakfikebir Ekmeği, Vakfikebir Külek Peyniri, Yomra Elması	7	
İç Anadolu Bölgesi	Ankara	Ankara Döneri, Ankara Simidi, Ankara Tava, Beypazarı Kuruşu, Çubuk Turşusu, Kalecik Karası Üzümü, Ankara Erçek Pastırması, Kızılcahamam Bazlaması, Ankara Fıtlı Çorbası, Akyurt Homaçası, Akyurt Soğuk Çorbası, Akyurt Tandır Böreği, Akyurt Toyga Aşı Çorbası, Akyurt Tutmaç Aşı Çorbası, Ayaç Dutu, Beypazarı Cevizli Tatlı Sucuk, Beypazarı Yaprak Sarması, Beypazarı Havuç Lokumu, Beypazarı Höşmerim Tatlısı, Kalecik Ekmeği, Kalecik Çöreği, Kazan Kavunu, Mamak Kutludüğün Ekşi Maya Ekmeği, Mamak Ramak Yoğurdu, Polatlı Soğanı, Çubuk Homaçası, Çubuk Vişnesi, Şereflikoçhisar Tahinli Pidesi	28	147
	Çankırı	Çankırı Yumurta Tatlısı, Eldivan Yağlı Çöreği, Çankırı Cimcik Hamuru Çorbası, Çankırı Hameyli Tatlısı, Çankırı Höşmerim Tatlısı, Çankırı Küpecik Peyniri, Çankırı Pıhtı, Çankırı Sarımsaklı Et, Çankırı Tutmaç Çorbası, Çankırı Yoka (İnce) Ekmek Muskası, Çankırı Yumurta Tatlısı, Şabanözü Bazlaması	11	
	Kayseri	Develi Cıvıklısı, Kayseri Mantısı, Kayseri Pastırması, Kayseri Sucuğu, Yamula Patlıcanı, İncesu Karavrek Üzümü, Tomarza Kabak Çekirdeği, Akkışla Gilaburusu, Bünyan Gilaburusu, Develi Gaceri, Erkilet Kedi Bacağı, Kayseri Cırgalan Biberi, Kayseri Fırın Ağzı Kebabı, Kayseri Gül Baklavası, Kayseri Katmeri, Kayseri Kurşun Aşı Çorbası, Kayseri Mantısı, Kayseri Nevzinesi, Kayseri Pastırması, Kayseri Sucuğu, Kayseri Tandır Böreği, Kayseri Tepsi Mantısı, Kayseri Yağ Mantısı, Kayseri Yağlaması, Pınarbaşı Uzunyayla Çerkes Peyniri, Tomarza Kabak Çekirdeği,	30	

	Kırıkkale	Yamula Patlıcanı, Özvatan Çiçek Balı, İncesu Karaevrek Üzüümü		
	Kırşehir	Kırıkkale Keskin Tava, Delice Doğal Kaynak Tuzu, Kırıkkale Kılıçlar Soğanı	3	
	Kırşehir	Kırşehir Höşmerim Tatlısı, Kırşehir Çullaması, Cemele Biberi, Kaman Cevizi, Kırşehir Ayva Boranisi, Kırşehir Höşmerim Tatlısı, Kırşehir Süla Kabağı Yemeği, Kırşehir Çirleme Yemeği, Kırşehir Çullaması	9	
	Sivas	Gemerek Gilaburusu, Sivas Köftesi, Sivas Katmeri, Divriği Pilavı (Alatlı Pilavı), Gürün Dut Pekmezi, Koyulhisar Domatesi, Sivas Pastırması, Sivas Pezik Turşusu, Suşehri Kuru Fasulyesi, Ulaş Etlı Pidesi, Ulaş Yaprak Döneri, Zara Balı, Zara Saç Ekmeği,	13	
Marmara Bölgesi	Balıkesir	Ayvalık Zeytinyağı, Balıkesir Höşmerim Tatlısı, Balıkesir Kuzu Eti, Edremit Körfez Bölgesi Zeytinyağları, Edremit Körfezi Yeşil Çizik Zeytin, Edremit Zeytinyağı, Susurluk Ayranı, Susurluk Tostu, Balıkesir Pullusu, Burhaniye Zeytinyağı, Kapıdağ Mor Soğanı, Manyas Kelle Peyniri, İvrindi Kelle Peyniri	13	20
	Kocaeli	İzmit Pişmaniyesi, Gebze Bayram Çöreği, Kandıra Dartısı, Kandıra Karpuzu, İzmit Simiti	5	
	Yalova	Yalova Aronyası, Yalova Kivisi	2	
Toplam				332

Tablo 1’de yer alan coğrafi işaretli ürün ve yemekler, araştırmaya dahil edilen iller ile ilgili olan verileri içermektedir. Araştırma kapsamında alınan illerden toplam 332 adet coğrafi işaretli ürün ve yemek bulunmaktadır. Araştırma kapsamına dahil edilen iller bölgesel olarak incelendiğinde en fazla coğrafi işaretli yiyeceğin 147 adet ile İç Anadolu Bölgesi’nde (Ankara, Çankırı, Kayseri, Kırıkkale, Kırşehir, Sivas) bulunmaktadır. Bu durum verilerin toplandığı fuar ve fuarların katılımcıların en fazla tanıtım söz konusu bölgenin illerine ait olmasıyla ilişkilendirilebilir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde (Mardin, Diyarbakır) 62 adet coğrafi işarete sahip yemek ve ürün bulunmaktadır. Karadeniz Bölgesi’nde (Bartın, Gümüşhane, Karabük, Ordu, Rize, Trabzon) 53 adet coğrafi işarete sahip yemek ve ürün bulunmaktadır. Doğu Anadolu Bölgesi’nde (Ağrı, Ardahan, Bingöl, Bittlis, Elazığ, Erzincan, Hakkari, Iğdır, Kars, Malatya, Muş, Tunceli, Van) 24 adet coğrafi işarete sahip yemek ve ürün bulunmaktadır. Ege Bölgesi’nde (Muğla, İzmir) 22 adet coğrafi işarete sahip yemek ve ürün bulunmaktadır. Marmara Bölgesi’nde (Balıkesir, Kocaeli, Yalova) 20 adet coğrafi işarete sahip yemek ve ürün bulunmaktadır. Akdeniz Bölgesi’nde (Osmaniye, Adana, Hatay) dört adet coğrafi işarete sahip yemek ve ürün bulunmaktadır. Coğrafi işaretli ürünlerin yöresel yiyecekler kapsamında tanıtım unsuru olarak kullanılma durumlarının araştırıldığı kısımda il tanıtım broşürlerinde yer alan yöresel yiyecekler ve yemeklere ait bulgular aşağıdaki Tablo 2’de “İllerin Tanıtım Broşürlerinde Yer Alan Yöresel Yiyecekler” adı altında sunulmuştur.

Tablo 2. İllerin Tanıtım Broşürlerinde Yer Alan Yöresel Yemekler ve Yiyecekler

Bölgeler	İller	Yöresel Yiyecek ve Yemekler	f	Σ
Akdeniz Bölgesi	Adana	Adana Kebap, BiciBici, Şalgam Suyu, Sarımsaklı Kaşarlı Köfte, Halka Tatlısı, Karakuş Tatlısı	6	14
	Osmaniye	Bayram Kömbesi, Toğga Çorbası, Zorkun Tava, Saç Kömbesi, El Turşusu, Osmaniye Şalgamı, Osmaniye Simidi	7	
	Hatay	Künefe	1	
Ege Bölgesi	Muğla	Milas Zeytinyağı, Çam Balı	2	6
	İzmir	Lokma, Zeytin, Çeşme Kumrusu, Sakız Reçeli	4	
Doğu Anadolu Bölgesi	Ağrı	Abdığör Köftesi, Bişi	2	75
	Ardahan	-	0	
	Bingöl	Gömmе, Sirin, Tutmaç, Keşkek, Turakin, Kılç, Lopik	7	
	Elazığ	Harput Köfte, Gömmе, Lobik Çorbası, İçli Köfte, Kofik Dolması, Işkın Mıhlaması, Pirpirim Yemeği, Yarpuzlu Ayran Çorbası, Kelleçoş, Sırın, El Böreği, Orcik, Dolanger, Pestil, Ağın Leblebisi, Çedene Kahvesi, Kofik	17	
	Erzincan	Kurutulmuş Kabak, Kasefe, Kesme Un Çorbası, Ekşili, Erzincan Tulum Peyniri, Gendime Pilavı, Zeytinyağlı Elma Dolması, Kenger Yemeği, Gah Yahnisi, Keleçoş, Erzincan Ketesi, Sırın	12	
	Hakkari	Siyabo, Siyabolu Peynir	2	
	Iğdır	Katik Aşı, Keleçoş, HÖrre, Ayranaşı, Omaç Aşı, Lahana, Şile Aşı, Süt Aşı, Kürt Köftesi, Cılvır, Salmanca Kavurması, Tike Kebabı, Piti, Hngel, Balık Çöreği, Haşıl, Mafış, Helise, Zeğme, Soğan Yahnisi, Killo	21	
	Kars	Kars Kaşarı	1	
	Malatya	Kağıt Kebabı, Kayısı	2	
	Muş	Muş Köftesi, Kaburga Dolması, Yumurtalı Kenger, Jağ, Ayran Aşı, Ket	6	
	Tunceli	-	1	
	Van	Otlu Peynir, Van Kahvaltısı, Ayran Aşı, Van Balığı	4	

Güney Doğu Anadolu Bölgesi	Diyarbakır	Murtuga, Petek Bal, Kadayıf, Zingil	4	
	Mardin	Kaburga Dolması, Sembusek, Etlı Ekmek, İrok, İkbebet, Halep Tava, Mardin Kebabı, Ayvalı Kavurma, İncik Kebabı, Dolma	10	14
Karadeniz Bölgesi	Bartın	Pirinçli Manti, Pumpum Çorbası, Yumurtalı İsbüt, Kabak Burması, Amasra Salatası	5	
	Gümüşhane	Gümüşhane Dut Pestili, Gümüşhane Ekmeği	2	
	Karabük	Safranbolu Lokumu, Safranlı Aşure, Zerde, Bükme	4	
	Ordu	Ordu Perşembe Ceviz Helvası, Ordu Yayla Pancarı Turşusu	2	
	Rize	Hamsikoli, Hamsili Pilav, Vurma, Turşu Tavalı, Muhlama, Pepeçura, Laz Böreği	7	49
	Trabzon	Mısır Sarması, Etlı Lahana Sarması, Hamsili Pide, Hohollu Pide, Pazı Burmalısı, Hamsili Pilav, Kuymak, Su Böreği, Yufka Tatlısı, Laz Böreği, Gulya, Turşu Kavurması, Pazı Pilakisi, Lahana Kavurması, Kaygana, Hamsi Kuşu, Mısır Çorbası, İsrıgan Çorbası, Hamsili Ekmek, Trabzon Kebabı, Hamsiköy Sütlacı, Zumur, Kaz Kaldıran, Hoşmeli, Tomara, Hamsi Pilakisi, Sütlü Kabak, Borani Hamsi Çıtlaması, Hamsi Izgara	29	
İç Anadolu Bölgesi	Ankara	Ankara Tavası, Bazlama, Beypazarı Yaprak Sarması, Ay Çöreği, Höşmerim, Öllüğün Körü, Homaça, Toyga Çorbası	8	
	Çankırı	Toyga Çorbası, Sarımsaklı Et, Göveç, Erişte, Hameyli, Höşmerim	6	
	Kayseri	Arabaşı, Tandır Böreği, Katmer, Yağlama, Yağ Mantısı, Su Böreği, Fırınağızı Bezdirmeç, Develi Cıvıklısı	8	38
	Kırıkkale	Omaç, Bazlama, Erişte, Tuvalak, Dügürçük Aşı, Haside, Cacıran, Gölleme, Döndürme	9	
	Kırşehir	Patlıcanlı Gözleme, Pekmez, Ceviz, Ahi Helvası	4	
	Sivas	Sivas Köftesi, Sivas Kebabı, Sivas Katmeri	3	
Marmara Bölgesi	Balıkesir	Ayvalık Zeytinyağı, Balıkesir Höşmerim Tatlısı	2	
	Kocaeli	Pişmaniye	1	13
	Yalova	Pavli, Papara, Karalahana Yemeği, Luhu Şuşkey, Çirbuli, Lalanga, Çubiyiş Gayi, Papa, Meçavçevi Tepsi, Yalova Sütlüsü	10	
Toplam			209	

Tablo 2’de 35 ile ait tanıtım broşüründe yer alan yöresel yiyeceklerin isimleri yer almaktadır. Tanıtım broşürlerinde en fazla yöresel yiyeceğe yer veren ilk üç il; Trabzon (29), İğdır (21), Elazığ (17) ‘dır. Benzer olarak; Erzincan (12), Mardin (10) ve Yalova (10) yöresel yiyeceklere tanıtım broşürlerinde ağırlıklı olarak yer verilen iller arasında yer almaktadır. Kırıkkale (9)’nin yöresel yemekleri; Omaç, Bazlama, Erişte, Tuvalak, Dügürçük Aşı, Haside, Cacıran, Gölleme ve Döndürme olarak sıralanırken; Ankara (8)’nin Ankara Tavası, Bazlama, Beypazarı Yaprak Sarması, Ay Çöreği, Höşmerim, Öllüğün Körü, Homaça ve Toyga Çorbası olarak belirtilmektedir. Kayseri (8)’nin tanıtım broşürlerinde yöresel yemek kapsamında yer verdiği yemekler ise; Arabaşı, Tandır Böreği, Katmer, Yağlama, Yağ Mantısı, Su Böreği, Fırınağızı Bezdirmeç ve Develi Cıvıklısı şeklindedir. Osmaniye (7) ise; Bayram Kömbesi, Toğga Çorbası, Zorkun Tava, Saç Kömbesi, El Turşusu, Osmaniye Şalgamını ve Osmaniye simidini ile yöresel yiyecek kapsamında tanıtım faaliyetlerinde bulunmaktadırlar. Broşürlerde yöresel yiyeceklere hiç yer vermeyen il ise, Ardahan’dır. Ardahan coğrafı işaretli yiyeceklere sahip iken tanıtım broşürlerinde yöresel yiyecekler kapsamında bu ürünlerini tanıtım unsuru olarak değerlendirememiştir. Tüm iller genel olarak değerlendirildiğinde ise; illerin tanıtım broşürlerinde yer verdiği toplam yöresel yiyecek sayısı 209 iken, coğrafı işarete sahip yöresel yiyecek sayıları 332’dir.

4. SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Günümüzde son yıllarda turistlerin herhangi bir destinasyonu ziyaret etmekle ilgili beklentileri değişerek yeni deneyimleri tecrübe etme eğilimindedirler. Turistler ziyaret etmeyi düşündükleri destinasyonlara gitmeden önce o bölgenin yöresel yemeklerini ve yerel yiyeceklerini araştırarak bilgi edinmeye başlarlar. Yöresel yiyeceklerin tanıtımı ve pazarlanması bu aşamada destinasyonlar için büyük öneme sahiptir. Bir destinasyona özgü olan ürünlerin o bölgeye ait olduğunu belirtmek, korumak ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için coğrafı tescil belgesi alınması bölgenin marka ürünler üretmesi açısından gereklidir. Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından verilen coğrafı işaret tescil belgeleri, destinasyona özgü yöresel ürünlerin tanınmasında ve tüketicilerin ürünlere olan ilgi ve meraklarının artmasına katkı sunmaktadır. Coğrafı işaretli yöresel yemeklerin ve ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında kullanımı destinasyon bölgesinin gelişimini ve ürünlerin sürdürülebilirliğini sağladığı gibi bölgedeki ürünlerin kalite ve marka olgusunu da oluşturmaktadır (Kan, 2011; Özgür, 2011; İloğlu, 2014; Karakulak, 2016; Yazıcıoğlu ve ark., 2019; Kök & Güngör, 2021) özellikle kırsal alanda bulunan destinasyonların coğrafı tescil belgesine sahip yöresel

yemekleri ve ürünleri turistler için seyahat tercihinde bir çekim unsuru haline gelmektedir. Bu nedenle, bölgeye düzenli olarak seyahat etme eğilimi artmış ve gastronomi turizminin sürdürülebilir hale gelmesine olanak tanımıştır. Yöresel yemekler ve coğrafi işaretli ürünler, destinasyon bölgesindeki insanların uzun yıllar birlikte yaşamaları sonucunda, gelenek haline gelen ürünleri ve bu ürünleri göreneklerine uygun pişirme teknikleri ile sunmalarıyla diğer ürünlerden ayrılmaktadır. Daha çok özel günlerde tüketilen ürünler günümüzde gastronomi turizminin sürdürülebilir hale gelmesiyle beraber bölgeyi ziyaret eden turistler açısından günlük yaşamda da sunulmaya başlanmıştır. Destinasyonlar açısından yemek kültürlerinin varlığı bölgelerin yöresel ve yerel yemek kültürünün korunmasına yardımcı olurken (Kızılırmak, 2014) yöresel ve yerel yemeklerin özgünlüğünü, yerel halkın ekonomik gücünün artmasına katkı sağlamaktadır. Coğrafi işaretli ürünler sayesinde koruma altına alınan yöresel ve yerel ürünler Türkiye ekonomisi açısından da büyük öneme sahiptir. Çünkü bu yerel ürünlerin korunması ve yerel üretimin devam etmesi yerel halkın istihdamının ve katma değer bölge nüfusuna ekonomik kalkınma açısından önemli rol oynamaktadır. Ayrıca destinasyon bölgesine gastronomi turizmi aracılığıyla yerel ve yöresel ürünler için turist gelmesi turizmin sürdürülebilir hale gelmesine büyük katkı sunmaktadır. Yaratılan katma değer sayesinde kırsal destinasyonlar ve kentsel destinasyonlar arasındaki gelir farkının kapanması ve bölgeler arasında gelir dağılımı üzerinde eşitliğe gidilmesi gibi olumlu etkilerden de söz etmek mümkündür (Kantaroglu & Demirbaş, 2018). Bununla beraber yöresel yemeklerin ve ürünlerin coğrafi işaretli olarak değerlendirilmesi, yerel ürün ve coğrafi işaret kapsamında ele alınması yerel üreticiye büyük yarar sağlamaktadır. Bu çalışmada Ankara'ya ait olan yöresel ve coğrafi işaretli ürünlerin destinasyon tanıtımında etkisi ve gastronomi turizminin sürdürülebilirliği açısından önemi detaylı olarak incelenmiştir. Yapılan araştırma sonucunda edinilen bilgilere göre; araştırma kapsamında bilgi alınan 34 ilin sahip olduğu 332 coğrafi işaretli ürünün sadece 209 adeti destinasyon tanıtımı ve gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmiştir. Bu kapsamda coğrafi işarete sahip olan fakat tanıtım broşürlerinde yer verilme coğrafi işaretli yöresel yemeklerin ve ürünlerin kapsam ve çeşitliliğinin artırılması gerekmektedir. Adana; Bici Bici, Şalgam, Sarımsaklı Köfte, Halka Tatlısı, Karakuş Tatlısı. Ağrı; Bişi. Ankara; Beypazarı Yaprak Sarması, Ay Çöreği, Höşmerim, Öllüğün Körü, Homaça, Toyga Çorbası. Bartın; Pirinçli Mantı, Pumpum Çorbası, Yumurtalı Isbut, Kabak Burması, Amasra Salatası. Bingöl; Gömme, Sirin, Tutmaç, Keşkek, Turakin, Kılç, Lopik gibi birçok ürünün tanıtımı konusunda coğrafi işaretli yöresel ürünlerin çeşitlerinin artırılması ve destinasyon tanıtımı hususunda önem verilmesi gerekmektedir. Yerel halk açısından ele alındığında kırsal kesimde yaşayan yerel halkın kendi ürettiği kaliteli ve marka ürünleri tüketmesi, yerel halkın bedensel sağlığına da olumlu katkı sunarak yerel ekonomilerini güçlendirektir (Nizam, 2011). Araştırmadan elde edilen farklı bir sonuç ise; bazı destinasyonların coğrafi işaretli ürün gibi önemli değerleri mevcut sahipken; yöresel ürünlerin tanıtımına yeterince kullanmadığı gerçeğidir. Bu durumun temel nedeni; yerel üreticilerin ve tüketicilerin coğrafi işaretli ürünlerin korunması hakkında bilgilerinin az olması gibi nedenler yattığı düşünülmektedir (Kantaroglu & Demirbaş, 2018). Serçeoğlu'nun (2014) yöre halkının mutfak kültürünü tanıma durumunu tespit etmek için yapmış olduğu çalışma sonucunda da yöresel yiyecekler ve yöre mutfağı hakkında eğitim vermenin gerekliliği ortaya çıkmıştır. Ancak burada üretici ve tüketicinin yanında, yerel paydaşlara da üstlenilmesi gereken görevler düşmektedir. Bu kapsamda yöreye özgü değerlere sahip çıkıp tanıtımda etkin olarak kullanılması ve yerel değerlerin korunması amacıyla eğitimler ve seminerler de düzenlenmesi gerekmektedir (Saatçı, 2019).

Araştırmanın en önemli sınırlılığı sadece söz konusu fuarda tanıtım standı olan illerin ulaşılabilen tanıtım broşürleri ile sınırlı tutulmasıdır. Gelecekte yapılacak olan çalışmalar, daha genel sonuçlara ulaşmak için de farklı bölgelerde veya uluslararası olarak ülkeler genelinde, ülke genelinde, uygulama ve kıyaslama şeklinde gerçekleştirilebilir. Ayrıca hem yerel paydaşların hem de yerel halkın görüşlerinin alındığı karşılaştırmalı bir araştırma da yapılabilir. Gelecekte Ankara mutfağına özgü coğrafi işaretli ürünlerin bilinirliği ve tüketicilerin bu ürünleri tüketmeye yönelik tutum ve eğilimlerini incelemeye yönelik araştırmalar gerçekleştirilebilir.

Destek Bilgisi: Çalışmanın hazırlanma sürecinde herhangi bir kişiden, kurumdan veya kuruluştan aynı veya nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Makalemiz ile ilgili herhangi bir kurum, kuruluş, kişi ile mali çıkar çatışması yoktur ve yazarlar arasında da herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Yazar Katkı Oranı: Yazar makaleye tek yazar olarak katkı sağlamıştır.

Etik Onayı: Çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) veya araştırmacı(lar) beyan etmelidirler. Aksi bir durumun tespiti halinde **International Journal Of Tourism And Destination Studies** hiçbir sorumluluğu üstlenmemektedir ve sürece ilişkin hukuki sorumluluklar ve yaptırımlar çalışmanın yazarlarına aittir.

Etik Kurul Onayı: Araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için etik kurul belgesi veya incelemesi gerekmemektedir.

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Makale onam formu gerektiren bir çalışma değildir.

5. KAYNAKÇA

- Ankara Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2022).** Ankara Yemekleri. <https://ankara.ktb.gov.tr/TR-262312/ankara-yemekleri.html>, E.T.: 10.08.2022.
- Birch, D. & Memery, J. (2020).** Tourists, Local Food and the Intention-Behaviour Gap. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 53-61.
- Björk, P. & Kauppinen-Raisanen, H. (2016).** Local Food: A Source for Destination Attraction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), 177-194.
- Canizares, S. M. S. & Lopez-Guzman, T. (2012).** Gastronomy as A Tourism Resource: Profile of the Culinary Tourist. *Current Issues in Tourism*, 15(3), 229-245.
- Çalışkan, O. (2013).** Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.
- Çevik, S. & Saçılık, M. Y. (2011).** Destinasyon Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Rolü: Erdek Örneği. 12. Ulusal Turizm Kongresi, (ss.503-515). Düzce.
- Delind, L. B. (2006).** Of Bodies, Place and Culture: Re: Situating Local Food. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 19, 121-146.
- Durlu Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. & Can, A. (2013).** Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretleme'nin Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20.
- Ertan, A. (2010).** Prestijli Tarım Ürünlerinin Pazarlanmasında Kalite ve Coğrafi İşaret Kavramlarının Tutundurulması ve Bu Bağlamda Tarım Satış Kooperatiflerinin Önemi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2), 157-170.
- Hatipoğlu, A., Zengin, B., Batman, O. & Şengül, S. (2013).** Yöresel Yemeklerin Kırsal Turizm İşletme Mönülerinde Kullanım Düzeyleri: Gelveri Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(1), 6-11.
- Işkın, M. (2021).** Türkiye'nin Gastronomi Turizmi Gelişmişlik Göstergeleri ve Yerli Turistlerin Göstergelere İlişkin Deneyim Durumları. *Journal of Global Tourism and Technology Research*, 2(1), 27-34.
- İloğlu, N. (2014).** Coğrafi İşaretlerin Tescili ve Denetimi Üzerine Farklı Ülke Sistemlerinin İncelenmesi ve Türkiye Uygulaması. Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi. Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- Kan, M. & Gülçubuk, B. (2008).** Kırsal Ekonominin Canlanmasında ve Yerel Sahiplenmede

Coğrafi İşaretler. Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 22(2), 57-66.

- Kantaroğlu, M. & Demirbaş, N. (2018).** Türkiye’de Coğrafi İşaretli Gıda Ürünleri Üretim Potansiyelinin Değerlendirilmesi. VIII. International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series, (ss.514-520). Bulgaristan.
- Karakulak, Ç. (2016).** Coğrafi İşaretleme Yoluyla Gastronomik Kimlik Oluşturma ve Gastronomik Kimliğin Destinasyon Pazarlamasındaki Rolü, Trakya Örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Karaman, M. (2017).** Yerli Turistlerin Gaziantep Mutfağına Bakış Açılarının Tespit Edilmesine Yönelik Bir Araştırma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Kök, A. & Güngör, A. (2021).** Coğrafi İşaretli Ürünlerin Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Açısından Önemi: Akçakoca-Melengüceği Tatlısı Örneği. Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, 5(1), 61-74.
- Kumar, G. M. K. (2019).** Gastronomic Tourism-A Way of Supplementing Tourism in the Andaman and Nicobar Islands. International Journal of Gastronomy and Food Science, 16, 1-6.
- Lee, K. H. (2014).** The Importance of Food in Vacation Decision-Making: Involvement, Lifestyles and Destination Activity Preferences of International Slow Food Members. Unpublished Philosophy Thesis. Queensland University, Australia.
- Nizam, D. (2011).** Coğrafi İşaretler ve Küresel Piyasalarda Yerelleşen Tarım Ürünleri: Ege Pamuğu Logosu Üzerine Bir Saha Çalışması. Ekolojik Krize Yanıtlar Dergisi, 25, 87-117.
- Okumuş, B., Okumuş, F. & Mckercher, B. (2007).** Incorporating Local and International Cuisines in the Marketing of Tourism Destinations: The Cases of Hong Kong and Turkey. Tourism Management, 28, 253-261
- Orhan, A. (2010).** Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde Coğrafi İşaretlerin Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 21(2), 243-254.
- Öney, H. (2013).** Gastronomi Turizmi. (Edt.: Bahçe, S.). İçinde Alternatif Turizm (ss. 158-190). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Saatçı, G. (2019).** Coğrafi İşaretli Yiyeceklerin Tanıtım Unsuru Olarak Yöresel Yemekler Kapsamında Değerlendirilmesi. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 7(1), 358-374.
- Sharples, L. & Hall, C. M. (2004).** The Consumption of Experiences or the Experience of Consumption? An Introduction to the Tourism of Taste. In: Food Tourism Around the World. (pp.13-36). UK: Routledge.
- Sims, R. (2008).** Food, Place and Authenticity: Local Food and the Sustainable Tourism Experience. Journal of Sustainable Tourism, 17(3), 321-336.
- Strugar, T. (2014).** Gastronomy as A Tool in Cultural Diplomacy and Nation Branding in Serbia. Art of Food: Creativity, Diversity, Sustainability. (pp.18-19). Barselona: International Institute of Gastronomy Arts and Tourism.
- Şengül, S. & Türkay, O. (2016).** Yöresel Mutfak Unsurlarının Turizm Destinasyonu Seçimindeki Rolü (Mudurnu Örneği). Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 12(29), 63-87.
- Türk Patent Kurumu. (2022).** Ankara İline Ait Coğrafi İşaretli Ürünler Listesi. <https://ci.turkpatent.gov.tr/coografiisaretler/liste?il=06&tur=&urunGrubu=&adi=>, E.T.: 10.08.2022.
- Wahlqvist, M. & Lee, M. S. (2007).** Regional Food Culture and Development. Asia Pacific Journal of Clinic Nutrition, 16(1), 2-7.

Yazıcıoğlu, İ., Işın, A. & Yalçın, E. (2019). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi: Akdeniz Bölgesi Örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3, 861-871.

Yenipınar, U. & Kart Gölgeci, Ü. (2015). Yerel Yiyeceklerin Gastronomi Turizmindeki Yeri ve Önemi: Anamur Örneği. I. Avrasya Uluslararası Turizm Kongresi Güncel Konular, Eğilimler ve Göstergeler. 28-30 Mayıs, Konya.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

6. EXTENDED ABSTRACT

Today, local dishes are seen as an attraction factor in terms of reflecting and experiencing the local culture by helping to promote the gastronomic identities of the destinations. Individuals who want to get to know the destination culture of the region travel to taste local dishes. This means that the host destination teaches and introduces its cultural characteristics thanks to its meals. In this way, local food also means cultural tourism for tourists. For tourists who have the opportunity to taste local dishes at the destination, the food culture of that region provides an idea about many issues about the resources, beliefs, technology and health conditions in the region where people who are not alive now live. In this context, it also reveals many issues such as the culture, art, language, literature, music, food and religious rituals of the destination. Local dishes not only make people attached to a cultural piece of land that belongs to a place, but also give detailed information about who they belong to and where they belong. The geographical indication of local products and dishes, on the other hand, contributes to the fact that the products are separated from each other and that the origins of the products are known by the consumers. This situation allows the brand products to be revealed in the region, revealing the importance of the geographical origins of the products. Local products can be used as a tool in the economy of the local people. From the point of view of gastronomic tourism, the features of local dishes offered in destinations attract the attention of tourists. Local cuisines are important in terms of describing the cultures and lifestyles of destinations. Local dishes offered by destinations can be an attractive force for tourists in destination selection. Ankara province is similar to Istanbul province in terms of eating habits (Alabacak, 2018). However, it is claimed that the eating habits of the nomadic communities living in Ankara are more dominant. Sauber (2008) states that Ankara consumes less fish compared to Istanbul. Some of the local dishes specific to Ankara are listed as follows; Roll Pastry, Ravioli, Tirit, Moussaka, Poached Bread, Kömbe, Arabaşı Soup, Bulgur Soup, Çalma Vaccine, Wedding Soup, Green Lentil Soup with Noodles, Ravioli Soup, Tarhana Soup with Lentils, Tutmaç Soup, Yarma Village Tarhana, Ankara Pan, Ankara Baking Pan, Ankara Leaf Doner, Honey Tirit, Beypazarı Stew, Çökel, Etli Tiriti, Oven Vaccine, Homaça, Kızılcihamam Desti Kapama, Lamb Hair Roasted, Carp Meatballs, Thong, Chicken Trotters, Uruş Kapama, Potatoes with Grain, Meat Stuffed Leaf, Stuffed Helep, Vegetable Casserole (Beypazarı style), Shrinkage, Stuffed Peppers with Olive Oil, Stuffed Chard with Olive Oil, Beypazarı Stuffed Leaf, Bici Vaccine, Islama, Keme, Kezi Beet Dish, Dried Tomato Dish, Madımak Dish, Popcorn, Moon Pie, Bayram Pie, Beypazarı Dried Sauce, Beypazarı Bagel, Flatbread, Spoon Throw, Kaygana, Koçhisar Style Tahini Pita, Ash Bun, Happy Wedding Salmon, Tandoori Bun, Pan Pastry (Bohça Pastry), Wild Pita, Half Caucasian Bun, Yufka Pastry, Yuf Çavundur Bread, Bulgur Pilaf with Rulce, Bulgur Rice with Cigdem Onion, Rice with Meat, Covered Rice, Kashli Pasta, Kochisar Style Bulgur Rice, Curry for the Dead, Beypazarı Baklava, Molasses Sausage with Walnut, Cinnagil Asidası, Çir Hosafı, Çir Roast, Haöşside Newspaper Baklava, Haömer Dessert Baklava Crow's Brain, Meatballs (Köyter), Malak, Nallıhan Style Hösmerim, Ox Halva, Pişmaniye (Kırkbiyık), Turban Burma (Serale-Saraylı), Şibit Dessert (Şepit), Zerde, Manger Cacık, Pickle Sticks, Cucumber Pickles, Cork Its sherbet is Cherry Hosaf (Ankara KTB, 2022). As a result of inquiries from the Turkish Patent and Trademark Office, as of 2022, there are 38 geographically marked products in Ankara. A qualitative method was followed in the research. In this context, a literature review was conducted by examining the data in Ankara Chamber of Commerce and Industry, Tuyap, Expo, Turkish Patent Institute, especially in

the provincial promotion catalog published by Ankara Provincial Directorate of Culture and Tourism. It covers a total of 35 local food fair stand inspections. In order to collect data in the study, document review and literature review were made. Document analysis includes the analysis of written materials containing information about the case or cases that are aimed to be investigated. Documents are expressed as important sources of information that should be used effectively in qualitative research. Document review; It is expressed as a powerful analysis method due to features such as reaching subjects that cannot be easily reached, lack of reactivity, sample size and originality (Yıldırım & Şimşek, 2016). There are steps to be followed while doing a document review. There are steps to be followed while doing a document review. Documents used in the research; It was obtained from the brochures and 35 stands with promotional stands at the Local Food Fair held in Antalya on 20-24 October 2021. The brochures reached were published by Ankara Provincial Culture and Tourism Directorate, Provincial Culture and Tourism Directorates. The "local dishes" section in the promotional brochures was examined and the geographical indication status of the local foods included in the promotional brochures was evaluated. Only 209 of 332 geographically indicated products owned by 34 provinces from which information was obtained within the scope of the research were evaluated within the scope of destination promotion and gastronomy tourism. In this context, it is necessary to increase the scope and diversity of regional dishes and products that have geographical indications but are included in promotional brochures. Adana; Bici Bici, Turnip, Garlic Meatballs, Ring Dessert, Blackbird Dessert. Pain; Bish. Ankara; Beypazarı Leaf Wrap, Croissants, Höşmerim, Curry for the Dead, Homaça, Toyga Soup. Bartın; Ravioli with Rice, Pumpum Soup, Isbut with Egg, Zucchini Burmese, Amasra Salad. Bingöl; In the promotion of many products such as Gömme, Sirin, Tutmaç, Keskin, Turakin, Kılç, Lopik, it is necessary to increase the variety of regional products with geographical indications and to promote destinations. A different result obtained from the research is; while some destinations have important values such as geographically indicated products; It is the fact that it cannot be used sufficiently for the promotion of local products. The main reason for this situation; It is thought that there are reasons such as the lack of knowledge of local producers and consumers about the protection of geographically indicated products.



IJOTADS