



## Journal of Recreation and Tourism Research

Journal homepage: [www.jrtr.org](http://www.jrtr.org)  
ISSN:2348-5321

### DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ AÇISINDAN TURİSTLERİN, CİTTASLOW UYGULAMASI İLE İLGİLİ TUTUMLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ VE TEKRAR ZİYARET ETME NİYETLERİNE ETKİSİ: PERŞEMBE ÖRNEĞİ

Üzeyir KEMENT<sup>a</sup>

Murat GÖRAL<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Bingöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Öğr. Gör. ([ukement@bingol.edu.tr](mailto:ukement@bingol.edu.tr))

<sup>b</sup>Bingöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Öğr. Gör. ([mgoral@bingol.edu.tr](mailto:mgoral@bingol.edu.tr))

---

#### ÖZET

Bu araştırma cittaslow uygulamasına yönelik Perşembe'yi ziyaret eden turistlerin tutumlarının tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Araştırmada, anket formlarıyla veriler toplanmış ve SPSS 17 veri paket programında gerekli analizler yapılmıştır. Elde edilen verilere göre, katılımcıların cittaslow uygulamasına yönelik tutumlarının tekrar ziyaret niyeti üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, Perşembe'de uygulanan cittaslow kriterlerinin ziyaret niyeti üzerinde pozitif yönde etki bıraktığı gibi Perşembe'de turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliği açısından önemli görülmektedir.

**Anahtar kelimeler:** cittaslow, tekrar ziyaret niyeti, tutum

---

#### THE ASSESSMENT OF ATTITUDES OF TOURISTS TOWARDS CİTTASLOW APPLICATION IN TERMS OF DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS AND THE EFFECT ON REVISIT INTENTIONS

#### ABSTRACT

This research was realized to determine attitudes of tourist visiting Perşembe towards revisit intentions. In this research, the data was collected with survey and analyzed with SPSS17 package programme. According to analyzed data, attitudes of tourist visiting Perşembe had a positive effect on revisit intentions. This result revealed that the criteria of cittaslow in Perşembe affected to revisit intention beside this, it has been seen significant for sustainability of Perşembe's tourism activities.

**Keywords:** cittaslow, revisit intention, attitude

## GİRİŞ

Hızlı değişim dünya kaynaklarının kullanımının etkinliğini ve verimliliğini artırmasına karşın yine bu kaynakların hızlı tüketimine de sebep olmaktadır. Değişimin etkilerini kontrol altına alabilmek ve kaynakları sonraki kuşaklara aktarabilmek için sürdürülebilirlik kavramı ortaya çıkmıştır.

Sosyal yaşamın bir gerekliliği olarak tarımın, kentlerin, turizmin, teknolojinin vb. birçok farklı alanlarda sürdürülebilirlik önem kazanmıştır. Farklı toplumsal boyutta olan bu örneklerin ortak yanları ise insanın geleceğini konu almaları ve hangi alan için düşünülüyorsa o alanın kaynaklarının korunmasını amaç edinmeleridir. Kalkınma ya da bölgesel gelişmede önemli bir alt sektör olarak nitelenen turizm, çevre ve doğal kaynaklarla olan sıkı ilişkisi nedeniyle kalkınma ve çevre çelişkinin uyumluluğa dönüştürülmesi gereğini ortaya koymaktadır (Beyhan ve Ünügör, 2005).

Dünya kaynaklarından alabildiğine yararlanmayı öngören tüketime dayalı görüşün yerini, artan nüfus ve tüketim nedeniyle bu kaynakların korunmasını öngören anlayışa bıraktığı bir dönemde yaşamaktayız. Tüketime dair bu paradigma değişikliğinin etkisi çevre planlamalarında özellikle kent düzenlemelerinde kendini iyice göstermektedir.

Sanayileşmeyle birlikte tarımda işgücüne olan ihtiyaç azalmış ve kırsal kesimden kentlere göç faaliyetleri hızlanmıştır. Ancak kentler bu göçlerin oluşturduğu nüfus yoğunluğuna çok hazır değildir. Bu nüfusun barınacak yer ihtiyacını karşılamak için plansız bir yapılaşma meydana gelmiştir. Ulaşım teknolojisinin gelişmesiyle de trafik sorunu kentlerin aşması gereken önemli problemlerden biri olmuştur. Bütün bunlara ek olarak dünya genelinde turizm hareketlerinin artması ve yaygınlaşması kentsel problemleri artıran başka önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Değişime ayak uydurabilmek için kentlerde görülen adeta kendi kendini tüketen “hızlı yaşam” anlayışının yol açtığı sorunları önlemek ve gidermek için geliştirilen politikalar sonucu, çözüm aracı olarak yiyecek sektöründeki slowfood hareketinin kentlerdeki karşılığı olan “cittaslow” uygulaması önerilmiştir. Türkçe karşılığı “sakin şehir” olarak hızlı değişimin etkilerine karşı kentleri korunması temeline dayanan bu harekete ülkemizde dâhil olmak üzere birçok ülke katılmıştır. Temelde yerel kalkınma modeli olarak düşünülen ve yerel halkın yaşam kalitesinin artırılmasını temel alan bu hareket aynı zamanda o kenti ziyaret edecek turistlerinde tutumlarını etkileyecek ve onlar için bir tercih nedeni olabileceği yönündeki öngöründen dolayı bu hareketi destinasyon pazarlamasının bir boyutu olarak da düşünülmektedir.

Bu nedenle, bu çalışmada turistlerin cittaslow uygulamasıyla ilgili tutumları tespit edilerek bu tutumların tekrar ziyaret niyetine etkisi üzerinde durulmuştur. Bu doğrultuda cittaslow hareketine üye olan Perşembe örnek olarak incelenmiştir. Çalışmanın takip eden bölümlerinde sırasıyla ilk olarak konuyla ilgili literatür özetlenmekte ve daha sonra çalışmanın yöntemi ile ilgili bilgilere yer verilmiştir. Daha sonra ise yapılan araştırmanın bulguları yer almakta ve en son olarak çalışmanın bulguları ilgili literatürde göz önünde bulundurularak yorumlanmakta ve gerek ilgili alana gerek ise konuyla ilgili çalışma yapmayı düşünen araştırmacılara önerilerde bulunulmaktadır.

## CİTTASLOW

### CİTTASLOW HAREKETİ

Yerel değerlerin göz ardı edildiği, düşük kalitede sürdürülebilirliği olmayan ve işte, okulda, yemekte her alanda karşımıza çıkan, birbirinin benzeri yaşam tarzlarını öngören hızlı yaşama bir tepki olarak yavaş hareket benimsenmiş ve bir farkındalık oluşturulmaya çalışılarak her şeye gerektiği kadar vakit ayrılmasının sağlanması amaçlanmıştır (Sezgin ve Ünüvar, 2012: 107-108).

Cittaslow hareketi 1989 da İtalya’da başlayan slowfood hareketinin bir uzantısıdır. Slowfood hareketinin kurucu Petrini slowfood organizasyonunun misyonunu açıklar nitelikte küreselleşme, endüstrileşme ve sanayileşmenin homojenleştirici etkisinden yerel kültürlerin korunması gerektiğini, bunun da zevk ve lezzet kavramlarının kullanılmasıyla başarılabileceğini belirtmiştir (Schneider, 2008: 385).

Cittaslow birliği 1999 yılında Chianti belediye başkanı Paolo Saturnini tarafından Orveito, Bra, Positano belediye başkanları ve slowfood’un kurucusu Carlo Petrini ile birlikte kurulmuştur (Rastrom, 2011) Saturnini kentleri diğer kentlerden ayıran karakteristiklerinin güçlendirilme ihtiyacını vurgulayarak aksi takdirde uzun vadede kentlerin yerel bağlantılarından kopmuş geniş metropoller olacağından zarar göreceğini belirtmiştir (CalthorpeandFulton, 2001).

Sakin şehir, kendi üyelerinin yerel güçlerine dayanan bir ağdır. Kentler arası iş birliği organizasyonun en temel prensipleridir. Paolo Saturnini her bir şehir Sakin şehir gibi büyük destek veren bir ağın üyesi olmadığı zaman, ulusal ve hatta küresel rekabet ortamında var olmaya çalışacak ve bu nedenle diğer şehirler ile rekabet gücünü koruyabilmek için kendi kimliğini değiştirmek zorunda kalacağı tehlikesine dikkat çekmiştir (Rastrom, 2011).

Sürdürülebilir turizmin; ekonomik süreklilik, verimli kaynak kullanımı, istihdam kalitesi, (ekonomik boyutu), sosyal eşitlik, yerel kontrol,

toplumsal ve yerel refah, ziyaretçi memnuniyeti, kültürel zenginlik, (sosyal boyutu) ve çevresel saflık, biyolojik çeşitlilik, fiziki bütünlük (çevresel boyutu) olmak üzere 12 temel amacı bulunmaktadır. Cittaslow olmak için birliğin belirlediği, çevre politikaları (11 adet), altyapı politikaları (13 adet), kentsel yaşam kalitesini artırıcı teknolojiler ve araçlar (9 adet), yerli üretimin korunması (11 adet), misafirperverlik (5 adet), farkındalık (3 adet), slowfood faaliyetlerine ve projelerine destek (7 adet) olmak üzere toplam 59 kriter ile temelde sürdürülebilir turizmin hedeflerine hizmet etmektedir (Cittaslow Association, 2013; Karadeniz, 2013).

### **DESTİNASYON PAZARLAMA ARACI OLARAK CİTTASLOW**

Destinasyonlar, tüketicilere bütünsel deneyimler sunan turizm ürünlerinin karması olarak tanımlanabilmektedir. Destinasyonlar ülke, ada veya şehir gibi iyi tanımlanmış bir coğrafi bölge olabileceği gibi, tüketicilerin seyahat güzergâhlarına, kültürel geçmişlerine, ziyaret amaçlarına, eğitim seviyelerine ve geçmiş tecrübelerine göre özne olarak yorumlanabilen, algısal bir kavram olarak görülmektedir (Buhalis, 2000: 97).

Bir ürün karması olarak düşünüldüğünde destinasyonların da pazarlanması söz konusu olmaktadır., Destinasyon pazarlaması, turistleri destinasyona çekmek üzerine yoğunlaşması bununla birlikte imaj ve marka çalışmalarının destinasyon içinde de devam etmesi, destekleyici girişim ve iletişimlerde bulunulması faaliyetlerini kapsamaktadır (Özdemir, 2008). Bu bağlamda cittaslow anlayışı, destinasyon pazarlamasının destinasyon kimliği, destinasyon imajı, destinasyon markası gibi en temel unsurlarını oluşturulmasında çok etkin rol oynamaktadır. Çünkü cittaslow, kentlerin sahip olduğu kendilerine özgü kültürel kaynakların korunması ve güçlendirilmesini esas almaktadır.

Cittaslow ile kentler kendilerini diğer kentlerden ayıran özelliklerin belirleme ve destekleme yönünde önemli bir adım atmış olup gerek ulusal gerekse uluslararası pazarda önemli bir rekabetçi konum etmiş olacaktır. Bu durum, cittaslow'un destinasyon pazarlaması açısından önemini açıklamaktadır. Yine bu paralelde cittaslow'un kentlerin kültürel, tarihi ve gastronomi değerlerinin korunması, gelecek kuşaklara aktarılması ve eko turizme yönelik tedbirleri, onu sürdürülebilir turizm yönüyle de önemli bir destinasyon pazarlama aracı olarak değerlendirilebilir. Özellikle son zamanlarda literatürde bu görüşle paralel birçok çalışma bulunmaktadır. (Özkök, Sünnetçioğlu ve Korkmaz, 2014; Doğan, Aksu ve Çelik, 2014; Aksöz ve Ekincek, 2014; Karadeniz, 2013; Şahin ve Kutlu, 2014; Sezgin ve Ünivar, 2012). Ancak, turizm

talebi homojen olmadığı için turistlerin cittaslow ile ilgili tutumları demografik özelliklerine göre farklılık gösterebilir. Bundan hareketle demografik özelliklere göre tutumun farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla H1, H2, H3, H4, H5 hipotezleri geliştirilmiştir. Daha sonra da farklılık gösteren bu tutumun tekrar ziyaret niyetine etkisi olup olmadığını belirlemek üzere araştırmanın temel hipotezlerinden biri olarak H6 hipotezi geliştirilmiş ve test edilmiştir.

### **CİTTASLOW PERŞEMBE**

Perşembe ilçesi, kentlerin sahip olduğu karakteristik özelliklerin vurgulanması, kendi ürün, yemek ve sanat yönünü koruyup geleceğe taşınması ve sürdürülebilir turizm ilkeleri içinde gelişmesi felsefesini benimseyen cittaslow hareketine 2 Kasım 2012 de katılmıştır (Perşembe, 2014).

Perşembe, eski adı ile Vona, Ordu şehrine 13 km. uzaklıktadır. Samsun-Trabzon karayolu üzerinde, sahilde bir kasabadır.1945 yılına kadar bir bucak iken, aynı yıl Vona kasabasının bulunduğu yerde PERŞEMBE adıyla ilçe yapılmış ve Vona adı kaldırılmıştır. Binlerce yıldan beri, karayel fırtınalarına kapalı doğal bir limana sahip olup, Karadeniz'de ticaret yapmak üzere bu kıyılara gelen gemiciler tarafından, Perşembe limanını bir uğrak ve barınak yeri haline getirmişlerdir. Tarihi belgeler, Karadeniz bölgesine yerleşerek ve bu kıyılardan gelip-geçen birçok kavimlerin varlığından söz etmektedir. Karadeniz kıyıları, ilk çağlardan itibaren Akdeniz bölgesinin ekonomik hayatıyla bir bağlantı kurmuş ve pek çok kavmin yerleşmesinde önemli rol oynamıştır (Ordu kültür turizm, 2014).

Canik ve Doğu Karadeniz dağları uzantısında yer alan ve oldukça dağlık olan Perşembe, bu özelliğinden dolayı çok büyük yerleşim alanları bulunmamaktadır.Sık derelerle yarılmış yamaçlarda, kuzey ve batı rüzgârlarına kısmen kapalı ve güneşe yönelik alan olarak Perşembe'nin yeri biyo-meteorolojik açıdan en iyi koşullara sahiptir (Bekdemir, 2007: 13-35).

Tepelerin denize dik olarak indiği Perşembe topraklarında iki önemli kara çıkıntısı görülür. Bunlardan Kuzeyde uzun bir kara parçası olarak denize doğru uzanan Yason Burnu, diğeri ise derin ve dik bir Koy'un üzerindeki Çam Burnu'dur. Bu kara parçaları Perşembe Limanını Karayel rüzgârlarından korumaktadır. Bunun tabii bir sonucu olarak ta Perşembe tabii bir Liman halindedir.

Doğal liman özelliğine sahip toplam 40 km. kıyı uzunluğuna sahip Perşembe'de yüzyıllardır geleneksel metotlarla yapılan balıkçılık, 1990'lı yıllardan itibaren ileri teknoloji ve gelişmiş metotlarla yapılarak il, bölge ve ülke ekonomisinde önemli bir yer edinmiştir.

Perşembe kıyılarında kalkan, kefal, barbun, istavrit, çinekop ve mezgit vb. açık sularında ise gırgır tekneleriyle göç balıklarından palamut ve hamsi avlanır. Kışlaönü, Mersin, Yalıköy ve Gacalı Balıkçı barınakları her boy tekneye ev sahipliği yaparken Medreseönü'lü kadın balıkçıların yıl içerisinde gözlemcileri çoktur. Yılın 12 ayı 365 gün balık tutulabilen ve bulunulabilen ülkemizin nadir mekânlarından (Karadeniz, 2013).

## ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ VE BULGULARI

Cittaslow (sakin şehir) olan Perşembe şehrine yönelik, turistlerin tutumunun demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek ve bu tespit sonucunda tutumların tekrar ziyaret etme niyetine etkisini belirlemek amacıyla yapılan bu çalışma, amaç ve düzey yönünden uygulama araştırmaları kapsamındadır (Dinler, 1998:6). Araştırma Perşembe'yi ziyaret eden turistlerin şehre yönelik tutumlarını ortaya koyduğu için yöntem açısından tanımlayıcı sınıftadır. Belirlenen değişkenler arasında hipotezler kurulup ilişki analizleri de yapıldığından araştırma aynı zamanda açıklayıcı özelliğe de sahiptir (Clark, Riley, Wilkie ve Wood, 1998:9).

Araştırmada birincil veri toplama yöntemi kullanılmıştır. Birincil veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket, Perşembe şehrini ziyaret eden turistlere uygulanarak, gerekli veriler elde edilmiştir. Ankette, turistlerin bu destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetinin tahmin edilmesine yönelik oluşturulmuş hipotezler doğrultusunda sorular sorulmuştur. Söz konusu anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde Perşembe şehrini ziyaret eden turistlerin tekrar ziyaret niyetini belirlemek üzere tutum ve tekrar ziyaret niyetine (Han, Hsu ve Sheu, 2010) ilişkin sorular yer almaktadır. İkinci bölümde ise katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 6 soru bulunmaktadır.

Araştırmanın evrenini Perşembe'de yaşamayan, cittaslow uygulama kriterlerini göz önünde bulundurarak dinlenme, gezme, eğlenme vb. turistik amaçlarla Perşembe'yi ziyaret eden turistler oluşturmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan elde edilen verilere göre, Perşembe destinasyonunu 3,554 turist ziyaret etmiştir (ktbyatırımışletmeler, 2014). Ancak, Perşembe destinasyonunu cittaslow uygulamasına yönelik ziyaret eden turistlerle ilgili herhangi bir istatistik olmadığından, evrenle ilgili tam bir sayı söylemek mümkün değildir. Araştırmada örneklem alma yoluna gidilmiş ve kolayda örnekleme yöntemine göre 216 kişiye anket dağıtılmıştır. Söz konusu anketlerin 14 tanesinde doldurulmamış alan olduğundan değerlendirilmeye alınmamış ve 192 anket analize tabi tutulmuştur.

Uygulama soru kağıdının güvenilirliğini saptamak amacıyla Alpha Modeli ile güvenilirlik kat sayısı olan Cronbach Alpha kullanılmıştır. Cronbach Alpha değerleri anketin her bölümü için ayrı ayrı hesaplanmıştır. Her bir değişkenin güvenilirlik kat sayısı Tablo 1'de gösterilmektedir.

**Tablo 1.** Ölçeklerin Güvenilirliği

Ölçekler	Cronbach $\alpha$
Tutum	0,936
Tekrar Ziyaret Etme Niyeti	0,884
Genel	0,934

Tablo 1 incelendiğinde, Tutumu ölçmekte olan 7 sorunun güvenilirliği 0,93 ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetini ölçmekte olan 3 sorunun güvenilirliği 0,88 olarak hesaplanmıştır. Genel olarak anketin güvenilirliğinin ise 0,934 olduğu tespit edilmiştir. Yukarıda verilen değerler, güvenilirlik katsayısının kabul edilebilir alt sınırı olan 0,60'ten büyük olduğu için anketin güvenilir olduğunu söylemek mümkündür (Sekaran, 2003). Bu çerçevede, Tablo 1'den de görülebileceği üzere, hesaplanan tüm  $\alpha$  katsayıları 0,70'ten büyüktür. Dolayısıyla, anket güvenilir olarak ele alınacaktır.

## BULGULAR

Bu bölümde katılımcıların demografik özelliklerine, demografik özelliklerin tutuma yönelik etkilerine ve tutumun tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bulgular yer almaktadır.

**Tablo 2.** Katılımcıların Demografik Özellikleri

		n	%
Cinsiyet	Kadın	106	55,2
	Erkek	86	44,8
Yaş	18-22	11	5,7
	23-26	57	29,7
	27-34	72	37,5
	35 ve Üzeri	52	27,1
Eğitim durumu	İlköğretim	14	7,3
	Lise	47	24,5
	Ön Lisans	53	27,6
	Lisans	64	33,3
	Lisansüstü	14	7,3
Medeni Durum	Evli	75	39,1
	Bekâr	113	58,9
Aile Gelir Durumu	Çok Düşük	2	1,0
	Düşük	27	14,1
	Orta	83	43,2
	Yüksek	67	34,9
	Çok Yüksek	13	6,8

Tablo 2’de yer alan araştırma bulgularına göre, katılımcıların %44,8’i erkek, %55,2’si kadındır. Katılımcıların yaşa göre dağılımı incelendiğinde, dağılımın %37,5’inin 27-34 yaş, %29,7’sinin 23-26 arası yaş grubunda olduğu, medeni durumları incelendiğinde; %58,9’u bekâr, %39,1’i evli, eğitim düzeyi incelendiğinde; %33,3’ünün lisans düzeyinde eğitim almış olduğu ve gelir düzeyi incelendiğinde; %43,2’sinin “orta” gelir, %34,9’unun “yüksek” gelir grubunda oldukları tespit edilmiştir.

Çalışmada  $H_1$ ,  $H_2$  hipotezleri demografik özellikler (medeni durum ve cinsiyet) ile tutum arasındaki ilişkinin ölçülmesi amacıyla T testi analizi ile test edilmiştir. Ayrıca  $H_3$ ,  $H_4$ ,  $H_5$  hipotezleri yine demografik özellikler (yaş, eğitim ve gelir) ile tutum arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla Anova ile test edilmiştir. Daha sonra  $H_6$  hipotezi

tutumun, tekrar ziyaret etmeye yönelik etkisinin belirlenmesi amacıyla regresyon analizi ile test edilmiştir.

**Tablo 3.** Katılımcıların Demografik Özellikleri ile Tutumları Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik T Testi

Bağımsız değişkenler		n	$\bar{x}$	s.s.	t	p
Medeni Durum	Evli	75	5,88	1,020	- 0,242	0,809
	Bekâr	113	5,92	0,980		

Tablo 3’te verilen T testi sonucuna göre, evli olan turistler ile bekâr olan turistlerin tutum düzeyleri arasında farklılık bulunmamaktadır ( $t = -0,242; p = 0,809$ ). Dolayısıyla turistlerin cittaslow uygulamasına yönelik tutumlarında medeni durumları açısından bir farklılık görülmemektedir. Buna göre, “ $H_1$ : Katılımcıların medeni durumu ile tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır” hipotezi kabul edilmemiştir.

**Tablo 4.** Katılımcıların Demografik Özellikleri ile Tutumları Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik T Testi

Bağımsız değişkenler		n	$\bar{x}$	s.s.	t	p
Cinsiyet	Erkek	86	5,84	0,947	- 0,987	0,325
	Kadın	106	5,98	1,020		

Tablo 4’te verilen T testi sonucuna göre, kadın ve erkeklerin tutum düzeyleri arasında farklılık bulunmamaktadır ( $t = -0,987; p = 0,325$ ). Dolayısıyla turistlerin cittaslow uygulamasına yönelik tutumlarında cinsiyetleri açısından bir farklılık görülmemektedir. Buna göre, “ $H_2$ : Katılımcıların cinsiyeti ile tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır” hipotezi kabul edilmemiştir.

**Tablo 5.** Katılımcıların Demografik Özellikleri ile Tutumları Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Anova Testi

Bağımsız değişkenler	n	$\bar{x}$	s.s.	F	p	
Yaş Grupları	18-22	11	5,71	0,777	0,531	0,661
	23-26	57	6,01	0,940		
	27-34	72	5,84	1,098		
	35 ve üzeri	52	5,96	0,927		

Tablo 5'te verilen Anova testi sonucuna göre, yaş grupları arasında tutum düzeylerine yönelik bir farklılık bulunmamıştır ( $F=0,531$ ;  $p=0,661$ ). Dolayısıyla turistlerin cittaslow uygulamasına yönelik tutumlarında hangi yaş gurubunda oldukları bir farklılık oluşturmamaktadır. Buna göre " $H_3$ : Katılımcıların yaş grupları ile tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır" hipotezi kabul edilmemiştir.

**Tablo 6.** Katılımcıların Demografik Özellikleri ile Tutumları Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Anova Testi

Bağımsız değişkenler	n	$\bar{x}$	s.s.	F	p	Tukey HSD	
Eğitim	İlköğretim	14	5,87	0,963	3,245	0,013	Lise/ Lisansüstü
	Lise	47	5,52	1,112			
	Önlisans	53	6,02	0,772			
	Lisans	64	6,40	1,061			
	Lisansüstü	14	5,94	0,519			

\*  $p < .05$ . : \*\*grup ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır

Tablo 6'da verilen Anova testi sonucuna göre, eğitim düzeyi liansüstü olan turistlerin, eğitim düzeyi lise olanlara kıyasla tutumlarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir ( $F=3,245$ ;  $p=0,013$ ). Eğitim düzeyine göre farkların, hangi eğitim düzeyi gruplarında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan çoklu karşılaştırma testlerinden Tukey HSD testi sonuçlarına göre; özellikle eğitim düzeyi liansüstü olan turistlerle ( $x=5,94$ ), eğitim düzeyi lise olan turistler ( $x=5,52$ ) arasında tutuma yönelik anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla, eğitim düzeyi liansüstü olan turistlerin, eğitim düzeyi lise olan turistlere göre daha yüksek bir tutum içinde oldukları söylenebilir. Buna göre " $H_4$ : Katılımcıların eğitim düzeyi ile tutumları arasında

istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır" hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 7: Katılımcıların Demografik Özellikleri ile Tutumları Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Anova Testi**

Bağımsız değişkenler	n	$\bar{x}$	s.s.	F	p	Tukey HSD	
Gelir	Çok Düşük	2	5,92	0,303	4,088	0,003	Düşük/ Çok Yüksek
	Düşük	27	5,56	1,113			
	Orta	83	5,77	0,888			
	Yüksek	67	6,09	1,050			
	Çok Yüksek	13	6,69	0,372			

\*  $p < .05$ . : \*\*grup ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır

Tablo 7'de verilen Anova testi sonucuna göre, gelir durumu çok yüksek olan turistlerin, eğitim durumu düşük ve orta olan turistlere kıyasla tutumlarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir ( $F=4,088$ ;  $p=0,003$ ). Gelir durumuna göre farkların, hangi gelir gruplarında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan çoklu karşılaştırma testlerinden Tukey HSD testi sonuçlarına göre; özellikle gelir durumu çok yüksek olan turistlerle ( $x=6,69$ ) gelir durumu düşük olan turistlerle ( $x=5,56$ ) ve gelir durumu çok yüksek olan turistlerle ( $x=6,69$ ) gelir durumu orta olan turistler ( $x=5,77$ ) arasında tutuma yönelik anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla, gelir durumu çok yüksek olan turistler, gelir durumu düşük ve orta olan turistlere göre daha yüksek tutum içindedirler. Buna göre " $H_5$ : Katılımcıların gelir durumu ile tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır" hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 8. Katılımcıların Tekrar Ziyaret Etme Niyetini Etkileyeceği Varsayılan Tutum Ölçeğine Yönelik Regresyon Analizi**

Değişken	B	Standart Hata	$\beta$	t	p	Tolerance	VIF
Sabit	1,617	0,241		6,720	0,000		
Tutum	0,451	0,040	0,632	11,244	0,000	1,000	1,000
R= ,632	R <sup>2</sup> = ,400	$\Delta R^2$ = ,396	Durbin-Watson= 1,766				
F <sub>(1,191)</sub> =	126,424	p < 0,001					

Bağımlı Değişken: Tekrar Ziyaret Etme Niyeti

Tablo 8’de katılımcıların ziyaret ettikleri Perşembe şehrini tekrar ziyaret etme niyeti ve tekrar ziyaret etme niyetlerini etkileyeceği varsayılan; tutum değişkeni arasındaki ilişkiye yönelik regresyon analizi sonuçları gösterilmektedir. Tablo 8’e göre; Tutum ölçeği, Perşembe şehrini ziyaret eden turistlerin tekrar ziyaret niyetinin % 39,6’sını açıklamaktadır. Ayrıca tabloda görüldüğü üzere model sonuç değişkenini yordama konusunda başarılı olmuştur ( $F_{(1,191)}: 126,424; p<.001$ ). Buna göre, Perşembe şehrini ziyaret eden turistlerin tekrar ziyaret niyetini, turistlerin cittaslow uygulamasına yönelik tutumu olumlu yönde etkilemektedir (0,632). Buna göre; “**H<sub>6</sub>**: Katılımcıların tekrar ziyaret etme niyetine, tutum olumlu yönde etki eder” hipotezi kabul edilmiştir.

## SONUÇ

Özellikle son zamanlarda cittaslow konusu gerek akademik anlamda gerek ise uygulamada yaygınlaşmaya başlamıştır. Ülkemizde bu ağa dahil olan kentlerin sayısı her geçen zaman artmaktadır. Bu kentler arttıkça akademik çevrede buna duyarsız kalmamış cittaslow ağına katılan bu ilçelerin neredeyse her biri farklı yönlerden ele alınmıştır (Görkem ve Öztürk,2014; Şahin ve Kutlu, 2014; Baldemir, Kaya ve Şahin, 2013).

Çalışma Perşembe destinasyonunu cittaslow uygulamasına yönelik ziyaret eden turistlerin tutumlarının tekrar ziyaret niyetine etkisini belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Ayrıca katılımcıların demografik özelliklerine göre tutumlarının değişip değişmediği incelenmiştir.

Araştırmaya katılan turistlerin tutumları tekrar ziyaret niyetine olumlu yönde etki etmektedir. Dolayısıyla, turistlerin cittaslow uygulamasına yönelik tutumları, destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerini etkilediği gibi gelecek dönemlerde turistlerin destinasyona tekrar gelme niyetlerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca yapılan regresyon analizi sonucunda modelin yordama başarısı %39,6 bulunmuştur. Yaklaşık %60’lık kısmın başka nedenlerden kaynaklandığı ifade edilebilir.

Katılımcıların demografik özelliklerine göre tutumları arasında farklılıklardan bahsedilebilir. Buna göre eğitim durumu lisansüstü olanlar ile lise olanlar arasında farklılıklar bulunmaktadır. Dolayısıyla cittaslow uygulamasına eğitim durumu yüksek olan katılımcıların daha fazla önem verdiği ifade edilebilir. Ayrıca gelir durumu çok yüksek olanların düşük ve orta olanlara göre tutumlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Buna göre cittaslow uygulamasına yönelik, turistlerin çok yüksek gelire sahip olmaları daha çok önem verdiklerini göstermektedir.

Dolayısıyla, bu hareketin çıkış noktası belki birçok noktadan ele alınabilir. Ancak neredeyse hiç

vurgulanmamış olmasına rağmen en temel faktörler aslında ekonomik faktörlerdir. Çünkü sınırsız insan ihtiyaçlarının sınırlı kaynaklarla karşılanmasını konu alan iktisat, artan savurgan tüketim eğilimine tedbir olarak dünya kaynaklarını sürdürülebilir kılmak ve bir sonra ki nesillere aktarmak için çözüm üretmek durumundadır. Bu bağlamda “Yavaş” akımı bir çözüm olarak düşünülebilir. Bu akımın çıktıları iktisadın en temel amaçlarına hizmet etmektedir. Bu akımın ilk olarak slowfood olmak üzere slow yaşam, slow seyahat slowtourist ve slowcity (cittaslow) gibi alanlarda hızla yansımaları da üstte bahsedilen hususla açıklanabilir. Bir başka ifadeyle, dünyanın “yavaş” hareket etmek için acele etmesi gerektiği söylenebilir.

Perşembe’nin sahip olduğu kültürel ve doğal zenginliklerinin korunmasında ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasında cittaslow uygulamasının önemli olduğu söylenebilir. Dolayısıyla cittaslow uygulamasının turistlere yerel yönetim ve sorumlu kuruluşlar tarafından tanıtılması önemli bir husus olarak belirtilebilir.

Gelecek çalışmalarda, Türkiye’de bulunan diğer cittaslow şehirleri ile ilgili çalışmalar yapıp bu araştırmanın sonuçları ile kıyaslanabilir. Böylelikle, turistlerin cittaslow uygulamasına yönelik tutumlarının kentten kente farklılık gösterip göstermediği incelenebilir.

## KAYNAKÇA

- Aksöz, O.E. Ekincek, S. (2014). Sürdürülebilir Destinasyon Yaklaşımı Olarak Sakin Şehirler, *Eko- Gastronomi Kongresi*, Çanakkale
- Baldemir, E., Kaya, F. Şahin, K.T.(2013). A Management Strategy within Sustainable City Context: Cittaslow, The Proceedings of 9th International Strategic Management Conference, 99(6).
- Bekdemir, Ü. (2007). *Karadeniz Kıyı Kentleri (Samsun Hopa Arası)*, Konya: Çizgi Kitabevi.
- Beyhan, Ş. G. ve Ünüğür, S. M. (2005). Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm ve Kimlik Modeli. *İ.T.Ü. Mimarlık, Planlama, Tasarım*, 4(2).
- Buhalı, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future, *Tourism Management*, 21, 97-116.
- Calthorpe, P. ve Fulton, W. (2001). *The Regional City: Planning for the End of Sprawl*. Washington: Island Press.
- Cittaslow Hareketi (2014): [http://www.cittaslow.info/index.php?aktuelles\\_2010,08.01.2014](http://www.cittaslow.info/index.php?aktuelles_2010,08.01.2014).

- Clark, M. A., Riley, M., Wilkie, E. ve Wood, R. C. (1998). *Researching and Writing Dissertations in Hospitality and Tourism*, London: International Thomson Business Press.
- Doğan, M., Aksu, M. ve Çelik, Ö. (2014). Cittaslow Markasının Turizme Etkisi: Seferihisar'daki Turizm İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, *Eko-Gastronomi Kongresi*, Çanakkale.
- Görkem, O. ve Öztürk, Y. (2014). Gastronomic Reflections of Cittaslow Movement on Loca l Cuisine: The Case Study of Seferihisar, *TURIZAM*, 18(1).
- Han, H., Hsu, L. T. J. ve Sheu, C. (2010). Application of The Theory of Planned Behavior to Green Hotel Choice: Testing The Effect of Environmental Friendly Activities. *Tourism Management*, 31(3), 325-334.
- Karadeniz, B.C. (2013) Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Sakin Şehir Perşembe, *Uluslar arası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(29).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014):  
<http://www.ktbayatirimisletmeler.gov.tr/TR,9857/isletme-belgeli-tesisler.html>, 15.07.2014.
- Özdemir, G. (2008). *Destinasyon Pazarlaması*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özkök, F., Sünnetçioğlu, S. ve Korkmaz, H. (2014). Sürdürülebilir Yerel Kalkınma Açısından Yerel Halkın Sakin Şehir Değerlendirmesi: Seferihisar Örneği, *Eko-Gastronomi Kongresi*, Çanakkale.
- Perşembe Kaymakamlığı (2014):  
<http://www.persembe.gov.tr/>, 08.08.2014.
- Rastrom S. (2011) A Place Sustaining Framework for Local Urban Identity: An Introduction and History of Cittaslow, *Italian Journal of Planning Practice*, 1(1).
- Schneider S. (2008). Good, Clean, Fair: The Rhetoric Of The Slow Food Movement. *College English*, 70(4), 384-402.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A skill-building approach* (6th ed.). Third Revenue, New York: John Wiley & Son.
- Sezgin, M. ve Ünüvar Ş. (2012) *Yavaş Şehir Sürdürülebilirlik ve Şehir Planlaması Ekseninde*, Konya: Çizgi Kitabevi.
- Şahin, İ. Kutlu, S. Z. (2014). Cittaslow: Sürdürülebilir Kalkınma Ekseninde Bir Değerlendirme, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 2/1